

**ESTUDIO DE HÁBITOS DE CONSUMO DE TELEVISIÓN EN NIÑOS DE
BÁSICA PRIMARIA DE ESTRATOS 3, 4 Y 5 DE LA CIUDAD DE CALI.**

ANA LUCÍA CLAROS SÁNCHEZ

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD Y DISEÑO
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA
SANTIAGO DE CALI
2007**

**ESTUDIO DE HÁBITOS DE CONSUMO DE TELEVISIÓN EN NIÑOS DE
BÁSICA PRIMARIA DE ESTRATOS 3, 4 Y 5 DE LA CIUDAD DE CALI**

ANA LUCÍA CLAROS SÁNCHEZ

**Trabajo de grado para optar por el título de
Comunicador Publicitario**

**Directora
CARMEN ELISA LERMA CRUZ
Psicóloga y docente.**

**I UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD Y DISEÑO
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA
SANTIAGO DE CALI
2007**

Nota de aceptación:

Aprobado por el Comité de Grado
en cumplimiento de los requisitos
exigidos por la Universidad
Autónoma de Occidente para
optar al título de Comunicador
Publicitario

INGRID CATHERINE LUENGAS

Docente

CARLOS ANDRÉS GÓMEZ

Jurado

Santiago de Cali, 19 de Julio de 2007

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	17
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	20
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	22
1.2 SISTEMATIZACIÓN O SUBPREGUNTAS	22
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	24
2.1 OBJETIVO GENERAL	24
2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	24
3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	25
4. MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL	27
4.1 TRANSICIÓN DEL PERIODO PREOPERACIONAL AL DE LAS OPERACIONES CONCRETAS	30
4.1.1 Ingreso a la escolaridad	31
4.2 PROCESO DE SOCIALIZACIÓN DEL INDIVIDUO	33
4.2.1 Desarrollo de la autoestima	34
4.2.2 Componentes de la autoestima	34
4.3 PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LAS REPRESENTACIONES.	34
4.4 LA TELEVISIÓN	36
4.5 LOS MEDIOS Y EL PROCESO DE SOCIALIZACIÓN	38
4.6 AUDIENCIACIÓN	40

5.	MARCO CONTEXTUAL	42
5.1	ESPACIO Y TIEMPO	42
5.2	CANALES A CONTEMPLAR	42
5.3	HORARIOS	43
6.	METODOLOGÍA	44
6.1	EXPLORATORIO	44
6.2	ENCUESTA	44
7.	RESULTADOS	46
7.1	ANÁLISIS DE RESULTADOS	46
8.	CONCLUSIONES	60
9.	RECOMENDACIONES	68
	BIBLIOGRAFÍA	70
	ANEXOS	73

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Grafico 1. Incidencia de géneros	73
Gráfico 2. Edades	73
Grafico 3. Rango de edad de 6 a 7 años	74
Gráfico 4. Rango de edad de 8 a 9 años	74
Gráfico 5. Rango de edad de 10 a 12 años	74
Gráfico 6. Estratos	75
Gráfico 7. Estratificación de niños y niñas de 6 a 7 años	75
Gráfico 8. Estratificación de niños y niñas de 8 a 9 años	75
Gráfico 9. Estratificación de niños y niñas de 10 a 12 años	76
Gráfico 10. Escolaridad	76
Gráfico 11. Niños y niñas de 6 a 7 años	77
Gráfico 12. Niños y niñas de 8 a 9 años	77
Gráfico 13. Niños y niñas de 10 a 12 años	78
Gráfico 14. Cantidad de televisores que tienen los hogares estrato 3	78
Gráfico 15. Cantidad de televisores que tienen los hogares estrato 4	79
Gráfico 16. Cantidad de televisores que tienen los hogares estrato 5	79
Gráfico 17. VHS	80
Gráfico 18. DVD	80

Gráfico 19. Acceso a Internet	80
Gráfico 20. Computador	81
Gráfico 21. Juegos de video	81
Grafico 22. Tipo de televisión	81
Gráfico 23. Las niñas en semana	82
Gráfico 24. Las niñas en fin de semana	82
Grafico 25. Las niñas en semana y fin de semana	83
Gráfico 26. Los niños en semana	83
Gráfico 27. Los niños en fin de semana	84
Grafico 28. Los niños en semana y fin de semana	84
Gráfico 29. Cable operador	85
Gráfico 30. Limite de televisión impuesto por los padres en semana	85
Grafico 31. Limite de televisión impuesto por los padres en fin de semana	85
Gráfico 32. Límite de televisión impuesto por los padres vacaciones	86
Gráfico 33. Cantidad de horas de televisión que ve los lunes	86
Grafico 34. Cantidad de horas de televisión que ve los martes	87
Gráfico 35. Cantidad de horas de televisión que ve los miércoles	87
Gráfico 36. Cantidad de horas de televisión que ve los jueves	88
Grafico 37. Cantidad de horas de televisión que ve los viernes	88
Gráfico 38. Cantidad de horas de televisión que ve los sábados	89
Gráfico 39. Cantidad de horas de televisión que ve los domingos	89
Grafico 40. Estrategias que más utilizan para ver televisión	90

Gráfico 41. Condiciones en las cuales ven televisión en semana en la mañana	90
Gráfico 42. Condiciones en las cuales ven televisión en semana en la tarde	91
Gráfico 43. Condiciones en las cuales ven televisión en semana en la noche	91
Gráfico 44. Condiciones en las cuales ven televisión en fin de semana en la mañana	92
Gráfico 45. Condiciones en las cuales ven televisión en fin de semana en la tarde	92
Gráfico 46. Condiciones en las cuales ven televisión en fin de semana en la noche	92
Gráfico 47. Cartoon Network	93
Gráfico 48. Disney Channel	93
Gráfico 49. Discovery Kids	93
Gráfico 50. Boomerang	94
Gráfico 51. Jetix	94
Gráfico 52. Nickelodeon	94
Gráfico 53. Animal Planet	95
Gráfico 54. RCN	95
Gráfico 55. Caracol	95
Gráfico 56. Porcentaje de niños y niñas que otros canales	96
Gráfico 57. Porcentaje de participación de los otros canales	96
Gráfico 58. Programas de Cartoon Network que ven las niñas de 6 a 7 años	99
Gráfico 59. Programas de Cartoon Network que ven los niños de 6 a 7 años	100

Gráfico 60. Programas de Disney Channel que ven las niñas de 6 a 7 años	101
Gráfico 61. Programas de Disney Channel que ven los niños de 6 a 7 años	102
Gráfico 62. Programas de Discovery Kids que ven las niñas de 6 a 7 años	103
Gráfico 63. Programas de Discovery Kids que ven los niños de 6 a 7 años	104
Gráfico 64. Programas de Jetix que ven las niñas de 6 a 7 años	105
Gráfico 65. Programas de Jetix que ven los niños de 6 a 7 años	106
Gráfico 66. Programas de Boomerang que ven las niñas de 6 a 7 años	107
Gráfico 67. Programas de Boomerang que ven los niños de 6 a 7 años	108
Gráfico 68. Programas de Nickelodeon que ven las niñas de 6 a 7 años	109
Gráfico 69. Programas de Nickelodeon que ven los niños de 6 a 7 años	110
Gráfico 70. Programas de Animal Planet que ven las niñas de 6 a 7 años	111
Gráfico 71. Programas de Animal Planet que ven los niños de 6 a 7 años	112
Gráfico 72. Programas de RCN que ven las niñas de 6 a 7 años	113
Gráfico 73. Programas de RCN que ven los niños de 6 a 7 años	114
Gráfico 74. Programas de Caracol que ven las niñas de 6 a 7 años	115
Gráfico 75. Programas de Caracol que ven los niños de 6 a 7 años	116
Gráfico 76. Programas de Cartoon Network que ven las niñas de 8 a 9 años	117
Gráfico 77. Programas de Cartoon Network que ven los niños de 8 a 9 años	118
Gráfico 78. Programas de Disney Channel que ven las niñas de 8 a 9 años	119
Gráfico 79. Programas de Disney Channel que ven los niños de 8 a 9 años	120
Gráfico 80. Programas de Discovery Kids que ven las niñas de 8 a 9 años	121

Gráfico 81. Programas de Discovery Kids que ven los niños de 8 a 9 años	122
Gráfico 82. Programas de Jetix que ven las niñas de 8 a 9 años	123
Gráfico 83. Programas de Jetix que ven los niños de 8 a 9 años	124
Gráfico 84. Programas de Boomerang que ven las niñas de 8 a 9 años	125
Gráfico 85. Programas de Boomerang que ven los niños de 8 a 9 años	126
Gráfico 86. Programas de Nickelodeon que ven las niñas de 8 a 9 años	127
Gráfico 87. Programas de Nickleodeon que ven los niños de 8 a 9 años	128
Gráfico 88. Programas de Animal Planet que ven las niñas de 8 a 9 años	129
Gráfico 89. Programas de Animal Planet que ven los niños de 8 a 9 años	130
Gráfico 90. Programas de RCN que ven las niñas de 8 a 9 años	131
Gráfico 91. Programas de RCN que ven los niños de 8 a 9 años	132
Gráfico 92. Programas de Caracol que ven las niñas de 8 a 9 años	133
Gráfico 93. Programas de Caracol que ven los niños de 8 a 9 años	134
Gráfico 94. Programas de Cartoon Network que ven las niñas de 10 a 12 años	135
Gráfico 95. Programas de Cartoon Network que ven los niños de 10 a 12 años	136
Gráfico 96. Programas de Disney Channel que ven las niñas de 10 a 12 años	137
Gráfico 97. Programas de Disney Channel que ven los niños de 10 a 12 años	138
Gráfico 98. Programas de Discovery Kids que ven las niñas de 10 a 12 años	139
Gráfico 99. Programas de Discovery Kids que ven los niños de 10 a 12 años	140

Gráfico 100. Programas de Jetix que ven las niñas de 10 a 12 años	141
Gráfico 101. Programas de Jetix que ven los niños de 10 a 12 años	142
Gráfico 102. Programas de Boomerang que ven las niñas de 10 a 12 años	143
Gráfico 103. Programas de Boomerang que ven los niños de 10 a 12 años	144
Gráfico 104. Programas de Nickelodeon que ven las niñas de 10 a 12 años	145
Gráfico 105. Programas de Nickelodeon que ven los niños de 10 a 12 años	146
Gráfico 106. Programas de Animal Planet que ven las niñas de 10 a 12 años	147
Gráfico 107. Programas de Animal Planet que ven los niños de 10 a 12 años	148
Gráfico 108. Programas de RCN que ven las niñas de 10 a 12 años	149
Gráfico 109. Programas de RCN que ven los niños de 10 a 12 años	150
Gráfico 110. Programas de Caracol que ven las niñas de 10 a 12 años	151
Gráfico 111. Programas de Caracol que ven los niños de 10 a 12 años	152
Anexo A. Encuesta	153
Anexo B. Siglas	160
Anexo C. Observación de consumo de televisión Infantil	161
Anexo D. Cable operador – Visión S��telite	163
Anexo E. Cable operador – Cable Unión de Occidente	164
Anexo F. Cable operador – Directv	165

Anexo G. Parrilla de programación Cartoon Network	169
Anexo H. Parrilla de programación Disney Channel	171
Anexo I. Parrilla de programación Discovery Kids	173
Anexo J. Parrilla de programación Jetix	175
Anexo K. Parrilla de programación Boomerang	177
Anexo L. Parrilla de programación Nickelodeon	179
Anexo M. Parrilla de programación Animal Planet	181
Anexo N. Parrilla de programación canal RCN	182
Anexo O. Parrilla de programación canal Caracol	183

GLOSARIO

AUTOCONCEPTO: es el concepto que tiene un sujeto de si mismo, tiene tres componentes: el cognitivo (opiniones, ideas), emocional afectivo (juicio de valor sobre las propias cualidades) y el conductual (decisión de actuar, de llevar a la práctica un comportamiento consecuente).

AUTOESTIMA: conjunto de creencias (limitantes o desarrolladoras) y valores que el individuo tiene acerca de quien es, de sus capacidades, habilidades, recursos y potencialidades.

AUTOIMAGEN: es la imagen que construye la persona de si misma, a partir de su forma de interpretar el mundo que lo rodea.

DESARROLLO COGNITIVO: se refiere al desarrollo de la capacidad de pensar y razonar. Los niños entre 6 a 12 años de edad desarrollan la capacidad de pensar en forma concreta porque los objetos y hechos sobre los que están pensando se encuentran físicamente presentes frente al niño haciéndoles más fácil asociarlos unos con otros.

EDUCOMUNICACIÓN O EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS: “todas las formas de estudiar, aprender y enseñar, a todos los niveles y en toda circunstancia, la historia, la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación como artes practicas y técnicas, así como el lugar que ocupan los medios de comunicación en la sociedad, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizada, la participación, la modificación que producen en los modos de percepción y el papel del trabajo creador y el acceso a los medios de comunicación”, UNESCO .

ESTRATEGIA: arte, traza para dirigir un asunto, negocio, operación, etc.

FLIPING: se produce cuando los televidentes comienzan a hacer un barrido de todos los canales y no tiene paciencia para quedarse uno o dos minutos en un mismo canal.

GRACING: este fenómeno se produce cuando el televidente ve varios programas al mismo tiempo en diferentes canales.

PRIME TIME: en radio o televisión, hora pico o de mayor audiencia y costo. Es la franja horaria en la que se concentra mayor número de personas viendo la televisión, que en Colombia comprende de 7:00 PM a 10:00 PM.

PRODUCT PLACEMENT: su traducción del inglés es algo así como "ubicación–colocación" de un producto o la acción de introducir una marca/producto dentro de un contexto de un programa de televisión, una película o un video musical. Un mensaje publicitario que no está en la franja convencional de los avisos, sino que "metido en el cuento", involucrando a sus participantes y llegando, por lo tanto, al público de una manera mucho más sutil.

RATING: porcentaje de la audiencia que está viendo un programa o anuncio en concreto, comparado con el total de la audiencia potencial, siendo éste el total de los hogares de esa zona que poseen aparatos de recepción, estén o no encendidos.

REPRESENTACIÓN MENTAL: forma material o simbólica de dar cuenta de algo real en su ausencia, están organizadas en estructuras que permiten darle sentido al entorno.

SOCIALIZACIÓN: Proceso de influencia entre una persona y sus semejantes, que es resultado de la aceptación de las pautas de comportamiento social y de adaptarse a ellas.

SURFING: es cuando el espectador sólo busca un género o tema, y se va sobre esa ola, y a la vez se constituye un tipo de audiencia.

ZAPPING: se refiere a la acción que realizan los telespectadores cuando están viendo un programa de televisión y cambian tan sólo cuando llega la publicidad.

RESUMEN

En la actualidad, la globalización y los cambios en la constitución del núcleo familiar, han hecho que la televisión sea quien informe y acompañe a los niños durante la mayor parte del tiempo; las innumerables opciones que este medio ofrece no se limitan, en este momento, a los canales nacionales y extranjeros, ahora el niño crea nuevas formas de ver televisión construyendo su propia programación a través de estrategias que le permite ver dos o tres programas al tiempo, así como evadir los comerciales y elegir tipos de programas o canales según su contenido.

La televisión es uno de los medios que más cobertura ofrece y es el que más impacto tiene en los niños. El que los acompaña cuando se encuentran solos en su hogar, con el que juegan y se distraen mientras siguen su rutina del colegio a la casa y de la casa al colegio; y como posee la particularidad de ser un multimedia, presenta estímulos visuales y auditivos, es sumamente eficaz en comparación con los demás medios de comunicación a la hora de suministrar y fijar un mensaje.

Al tener la oportunidad de realizar este trabajo, he podido comprobar la importancia que tiene la televisión en la vida cotidiana y el impacto que produce cuando en la programación se muestran hechos y situaciones de la vida adulta que pueden ser imitados y vivenciados con efectos nocivos para los niños que todavía no decodifican ni contextualizan la realidad virtual que les muestra la televisión, produciendo efectos que modifican muchos de sus parámetros emocionales, físicos y sociales.

Sin embargo, esta problemática no es cuestión SOLO DE NIÑOS, como bien lo explica la Licenciada en Psicopedagogía Gabriela Lima¹: “los chicos eligen lo que quieren ver, pero son los padres quienes tienen que acompañarlos ejerciendo su derecho a controlar el tiempo que pasan frente a la televisión, porque es muy adictiva y como cualquier exceso, más de tres horas por día es negativo. En el máximo de tres horas por día podrán incluirse también otras actividades como los juegos en el computador, el Play Station o cualquier tipo de juego electrónico, que ahora están incluso en los celulares. Más de tres horas por día dedicadas a estas actividades les quita a los chicos la posibilidad de hablar con amigos, correr, poner el cuerpo en movimiento, dibujar, leer y hacer cosas que pongan en juego distintas capacidades y que les permitan disfrutar de otra forma... Así como

¹ LIMA, Gabriela. La televisión, los chicos y los padres: un triángulo para pensar [en línea]. Barcelona: Grupo de Tecnología Educativa - Universidad de Sevilla, 2007. [consultado 03 de febrero de 2007]. Disponible en Internet: <http://tecnologiaedu.us.es/revistaslibros/FAMILIA.htm>.

tampoco sería bueno que un pqueño se pasara todo el día leyendo, tampoco es bueno que se pase cinco horas frente al televisor”.

A pesar de las recomendaciones, no sorprende encontrar en la presente investigación que en promedio los niños sujetos-objetos de la misma, dediquen mucho más de tres horas para ver televisión, cerca del 70% ve entre 3.5 y 4 horas de televisión en semana, y con las diversas estrategias que el niño ha desarrollado para aprovechar al máximo la demanda de canales, es mucho lo que ve y apropia.

En este contexto vale la pena señalar la batalla que debe emprender la publicidad para lograr atrapar al público infantil con campañas y comerciales que hagan que los niños quieran seguir en el canal antes de emprender el zapping. Además, los publicistas debemos ingeniarnos nuevas estrategias para llegar hasta los niños desde su propio mundo, desde los mismos programas de televisión que ven, aprovechando que existen algunas series y dibujos animados que los motivan y, que no sólo los entretienen sino que, muestran valores positivos como solidaridad, amistad, esfuerzo, superación personal, vida familiar y trabajo en equipo.

Esta es, a grandes rasgos, la temática que se considera en esta investigación.

INTRODUCCIÓN

La televisión es un medio de comunicación que penetra en el 90% de los hogares colombianos. Su cobertura abarca casi todo el país y en el 40% de las viviendas pertenecientes a los estratos 3,4 y 5 de la Ciudad de Cali, hay un promedio de 2 televisores lo que hace que sea considerado como el medio masivo con más impacto y versatilidad por sus múltiples ofertas en canales y programas que pueden divertir, informar y mostrar los acontecimientos que ocurren en nuestro entorno.

Con la televisión como compañero de interminables horas de solitario entretenimiento, el niño no vivencia a plenitud su infancia con juegos y otras actividades propias de su edad, lo que conlleva a una modificación de su desarrollo físico (sedentarismo), social, afectivo y familiar.

La televisión puede enlazar hasta 300 canales para un solo hogar; ofreciendo desde canales con variada programación hasta aquellos especializados donde se encuentran solo deportes y noticias, pasando por canales de películas, de caricaturas con violentas animaciones e incluyendo canales de videos musicales con explícitos contenidos sexuales.

Este documento es una investigación de hábitos de consumo de televisión de los niños y un análisis descriptivo de las estrategias que los niños utilizan para la construcción de su propia programación, para mostrar cómo ellos perciben los mensajes y referentes que ofrece la televisión para apropiarlos a su vida cotidiana, a sus valores y a su proceso de socialización con sus pares y con los adultos.

Desde mediados de los 90 el interés por analizar el tipo de televisión que consumían o veían los niños se hizo muy popular en Colombia; pero no fue sino hasta 1997 que alguien se preocupó por establecer el impacto de la calidad de la televisión “diseñada” para el público infantil.

Maritza López de la Roche, investigadora de la Universidad del Valle, fue pionera en el estudio de las audiencias infantiles. Su investigación, al contrario de las anteriores, se basó en el contexto imaginario que construyen los niños con diversas referentes tomados de la televisión - familia, colegio, amigos, barrio, etc., - y la influencia de ésta en las preferencias infantiles.

El reconocimiento de la gran “presencia” de la televisión en la vida de los niños, activó en los investigadores la necesidad de conocer qué aspectos, -canales, programas, contenidos, franjas, etc.- utiliza el niño como fuente para la construcción de las representaciones de sí mismo y de su cosmovisión, lo cual

está muy relacionado también con el desarrollo del componente social; imagen y forma de relacionarse con sus “pares”, su proceso de integración a grupos, criterios de elección y aceptación de los otros, a partir de su sistema de valores.

La televisión esta más vigente que nunca. Ella informa, educa, acompaña, define prácticas y hábitos que los niños adoptan como propios ya que, en muchos casos no tienen un referente familiar constante que los guíe y acompañe durante sus procesos de crecimiento y aprendizaje, en muchos hogares la televisión hace de papá y mamá, el 35% de los niños encuestados ve televisión solo, cuando ambos trabajan y dado el aumento de familias monoparentales, los pequeños quedan bajo el cuidado de hermanos mayores, de abuelos o de terceros que poco o nada pueden hacer para contrarrestar su influencia.

El análisis de los procesos de socialización en los que los niños y adolescentes construyen su propia realidad y elaboran una cultura específica, incluye cada vez de manera más directa aquellos aspectos de la vida cotidiana en los que las nuevas formas de comunicarse, difundir imágenes y suscitar comportamientos tienen un papel principal. Los medios y en especial la televisión son objeto de un tipo de estudios que pretenden no sólo discernir los componentes de la oferta específicamente infantil sino sus modos de recepción por parte de niños y niñas.

Este desplazamiento de lo que se puede llamar el análisis de contenidos o, con mayor precisión, el análisis semiológico de las propuestas televisivas (qué quieren decir y cómo lo dicen) en el estudio de la recepción y de los efectos en el público infantil (qué ven, qué entienden, cuándo) resulta una constante significativa en nuestro contexto. Con todo, la preocupación suscitada en diversos espacios institucionales (ámbito escolar y pedagógico, reflexiones profesionales y parlamentarias, iniciativas de los consumidores y usuarios) orienta un tipo de análisis en el que la recepción y la influencia en el mundo infantil de las imágenes televisivas suele sufrir un recorte notable: interesa valorar con rapidez y precisión los efectos, generalmente negativos, para promover formas de control e intervención que superen situaciones temidas. En estas, el par televisión-violencia, o el más amplio, televisión-desmotivación (cuando no fracaso escolar) sirven de pauta conceptual en muchos análisis.

Las presuposiciones o los lugares comunes en los que se expresan la ideología espontánea y los conflictos concretos (intrafamiliares, pero también intergeneracionales) informan en ocasiones la aproximación experta, en la que interesan, por ejemplo, mediciones de comportamientos ante estímulos (con grupos de control sin ellos) de las que con frecuencia se obtienen generalizaciones noticiosas.

Para el caso de esta investigación el énfasis radica en identificar las preferencias televisivas y las estrategias que utiliza el niño de 6 a 12 años de edad y de estratos 3,4 y 5 de la ciudad de Cali para construir su propia programación de televisión de acuerdo con diferentes variables y el impacto que esto tiene en su desarrollo, en su proceso de socialización.

En este contexto se reconoce que los fenómenos que tienen que ver con las respuestas de los niños a la televisión no se dan de forma aislada, se sitúan en un marco más amplio y complejo: el mundo de su cultura, los escenarios de su vida diaria, la pluralidad de códigos con los que actúan y valoran lo que hacen.

Este trabajo tiene en cuenta, por consiguiente, la necesidad de analizar las prácticas cotidianas frente a medios como la televisión convertida en un espacio en el que los niños elaboran su forma de percibir, de aproximarse al mundo adulto, de contar y contarse en un mundo que les ofrece propuestas educativas, pero también les convoca como consumidores y les etiqueta idealizándolos como segmento no contaminado o les estigmatiza como víctimas.

Urge buscar 'otras miradas a la tele' esto es, enseñarnos a nosotros mismos y a los que nos rodean -como padres, como profesores o como simples ciudadanos y ciudadanas- a entender este medio de comunicación social que, sin duda, más que ninguno otro, ha revolucionado la sociedad contemporánea.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El interés por iniciar un proceso investigativo sobre lo que está sucediendo alrededor del niño en edad escolar frente al consumo que hace de la televisión y las estrategias que utiliza para aprovechar la demanda de canales y programas para construir su propia programación, está orientado fundamentalmente al reconocimiento de que los niños son el futuro del país y que la manera como ellos ven e interpretan la televisión es proporcional a la representación que tienen de su entorno y su disposición a transformarlo.

No se puede desconocer la transición histórica que vive hoy el mundo. Un mundo que está acelerando su proceso de desarrollo tecnológico: en un lapso relativamente corto pasa del lento linotipo al satélite que lo enfrenta al flujo excesivo de información a través de diferentes medios: la televisión, la Internet, el celular, los videos juegos, el cine, entre otros. Colombia no está exenta de ello: las nuevas tecnologías irrumpen en los mercados y hogares generando cambios significativos en las representaciones simbólicas que los individuos realizan de sí mismo y de su entorno familiar, social y territorial. “La aldea global” el decir de McLuhan². Él anticipó el tránsito a la aldea global, afirmó que el medio es el mensaje, que las tecnologías admiten ser consideradas como prolongaciones de nuestro cuerpo y nuestros sentidos, que los medios de comunicación electrónica admiten ser considerados extensiones de nuestro sistema nervioso central, y que es posible distinguir entre medios cálidos y fríos. La definición de los datos que son transmitidos a través de un medio, y el grado de participación de las audiencias para completar al medio, son los dos criterios fundamentales que propuso McLuhan para distinguir medios fríos y calientes. Aquí es donde el niño frente a un medio frío debe participar más para completar a su manera la interpretación del mensaje.

En esta transición histórica, de otro lado, ha habido una serie de cambios en las vivencias del niño en Colombia: la transformación de la familia, el incremento del tiempo que el niño permanece solo en el hogar y la intensa exposición del niño frente al televisor y las demás tecnologías de comunicación. El crecimiento de las familias monoparentales, las estadísticas nacionales muestran que en Colombia el 48% de las familias son nucleares biparentales, el 19% son familias extensas biparentales, el 15% son extensas monoparentales y el 10% nucleares monoparentales³, y la vinculación laboral de las madres ha llevado a que el niño

² MCLUHAN, Marshall La comprensión de los medios como extensiones del hombre. 2 ed. México: Diana, 1988. p. 58.

³ Informe de Colombia. En: XIX congreso panamericano del niño. Instituto Interamericano del Niño – IIN. México, 25 al 29 de octubre de 2002. p. 3-4.

regrese del colegio a un hogar vacío y su opción de interacción con el mundo sea a través de los diferentes “aparatos” como son la televisión, los videos juegos y la Internet; entonces, el niño que tiene como herramientas sus competencias cognitivo-afectivas, percibe y construye una representación de si mismo y de su entorno, tomando como fuentes principales referentes audiovisuales, electrónicos y digitales, los cuales le aportan la información de un mundo virtual, mediatizado por múltiples pantallas.

En el mundo actual del niño, la presencia de los padres es mínima, el 61% de los encuestados cuando ve televisión no tiene ninguna compañía o supervisado por alguien diferente a mamá y papá. Los padres comparten con sus hijos un promedio de seis horas semanales y los niños en Colombia están frente a la televisión entre 3.5 a 5 horas diarias⁴, ocasionando, entonces que la televisión, con sus múltiples canales, géneros y programas, sea la fuente principal de modelos de referencia cognitivo-afectivos para “enseñarle” lo que debe ser y lo que desea ser.

A partir del ingreso a la educación básica primaria, el niño se enfrenta a un nuevo entorno académico con sus manuales de convivencia, profesores dispuestos a hacer mayores exigencias y compañeros que están poniendo a prueba su disposición para socializar, pero a su vez también desarrolla nuevas competencias cognitivas que lo alejan de la mirada subjetiva egocéntrica de los primeros años, para aportar el concepto de los “otros” con los cuales comparte y construye reglas, establece esquemas de socialización que van desde el reconocimiento, la integración, la participación hasta la pertenencia al grupo. Entonces, es en esta etapa en la cual el cimienta las bases de su personalidad, de su ser y querer ser, en la cual se arraigan los valores y principios que regirán su comportamiento futuro.

Así pues, el niño, de esta etapa tiene como misiones salir bien librado de su proceso de socialización, construir una autoestima, su autoimagen y un auto concepto que le permitan enfrentar el mundo teniendo como referentes una inmersión profunda en el mundo multimedático, un contacto limitado con sus padres, y demás miembros de la familia, y unas competencias cognitivas afectivas en desarrollo que lo dejan vulnerable a cualquier influencia.

Ante dicha situación, no ha existido un esfuerzo desde el mundo académico para aportar una metodología y unas herramientas didácticas que permitan un proceso de formación de una audiencia de medios, primero hacia los padres de familia,

⁴ MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Censo 2005. Boletín 301 febrero 2006 [en línea]. Santafé de Bogotá, 2006. [consultado 22 de diciembre de 2006]. Disponible en Internet: <http://www.minieducacion.gov.co/>

segundo hacia los docentes para capitalizarlos como herramienta pedagógica y finalmente, hacia los niños, para lograr en ellos una lectura crítica de los medios.

La investigación: estudio de hábitos de consumo de televisión en niños de básica primaria de estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Cali pretende generar una reflexión sobre el protagonismo que adquirido la televisión en el entorno familiar y las formas de relacionamiento de los adultos con los niños, especialmente los padres con los hijos, invitándolos a generar espacios para compartir y guiar en el difícil camino del crecimiento. Además busca establecer la forma como los niños ven televisión, el tiempo que pasan frente a esta pantalla y otras pantallas, las estrategias que utilizan para elegir y navegar por diversos canales y cómo ellos decodifican los contenidos y temáticas de los programas para armar su propia programación de televisión sin importar que sean temas complejos, violentos o con temáticas enfocadas a los problemas propios de los adultos, “La televisión siempre es educativa, aunque lo sea de una manera que escape a la pedagogía”⁵ es una frase que resume lo que puede llegar a ser la televisión, pues si bien la televisión bien manejada es una excelente arma educativa, la ausencia de control y guías hacen que los mensajes y la información por ella suministrada no sea correctamente enfocada e interpretada.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Cuáles son los hábitos de consumo de televisión en niños de básica primaria de estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Cali?

1.2 SISTEMATIZACIÓN O SUBPREGUNTAS

¿Cuál es la principal actividad que realizan los niños, de 6 a 12 años de los estratos 3, 4, 5 de la ciudad de Cali, cuando no están estudiando?

¿Cuál es la estructura familiar del niño objeto de estudio?

¿Qué tipo de control ejercen los padres en el consumo de televisión en los niños objeto de estudio?

¿Cuál es el tipo de programación predominante en el niño objeto de estudio según su edad y su género?

⁵ JACQUINOT, Genevieve. La escuela frente a las pantallas. Buenos Aires: Aique, 1996. p. 46.

¿Cuántas horas diarias pasa el niño, de 6 a 12 años de los estratos 3, 4, 5 de la ciudad de Cali, viendo televisión y cómo afecta esto el proceso de socialización con sus pares?

¿Existen diferencias entre las preferencias de los niños y las niñas, a nivel de programación de televisión?

¿Los niños se acomodan a las franjas infantiles de la televisión?

¿Cuáles son las preferencias de los niños entre canales nacionales e internacionales?

¿Qué estrategias utiliza el niño objeto de estudio para ver televisión?

2. OBJETIVOS

Partiendo de que los niños están elaborando y diseñando constantemente nuevas estrategias para ver televisión y aprovechar al máximo la sobreoferta de programas y canales, plantee los siguientes objetivos:

2.1 OBJETIVO GENERAL

Establecer los hábitos de consumo de televisión en los niños de básica primaria de estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Cali.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Registrar los canales que elige el niño objeto de estudio cuando está viendo televisión.
- Analizar las clasificaciones y tipos de programas que ve el niño objeto de estudio según su edad y su sexo.
- Comparar la cantidad de horas que pasa frente al televisor los niños y niñas, de 6 a 12 años, de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Cali, durante la semana y el fin de semana.
- Identificar las estrategias que utilizan los niños y niñas de 6 a 12 años, de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Cali, para ver televisión.
- Conocer las preferencias de los niños y niñas objeto de estudio en relación a: consumos culturales y otros tipos de consumo como la música, lectura, juegos de video y manejo del tiempo libre.
- Establecer si los padres controlan o limitan el tiempo para ver televisión en semana, fin de semana y vacaciones.
- Constatar las condiciones en las cuales los niños y niñas objeto de estudio ve televisión: solo, acompañado de hermanos, amigos, padres, empleadas u otros.

3. JUSTIFICACIÓN

En los últimos años, la población infantil ha cobrado mayor importancia en el ámbito comercial y publicitario gracias a que son los principales consumidores de productos de demanda masiva: juguetes, accesorios, tecnología y ropa.

Para llegar hasta este segmento solo hay un medio lo suficientemente efectivo: la televisión. Los niños pasan más tiempo en compañía de la televisión que con sus padres o amigos, comen junto ella, juegan y hacen tareas viendo televisión.

De acuerdo al boletín de prensa 301 del DANE de febrero del 2006, el 93.4% de las personas que ven televisión en Colombia son niños menores de 11 años, siendo ellos los mayores consumidores de telenovelas, implicando esto que los niños se están alejando del mundo de la fantasía y acercándose a los problemas de los adultos. “Los niños en Colombia permanecen frente a la televisión entre 4 a 6 horas diarias, lo que la convierte en el principal medio a través del cual conoce el mundo; el 87% de los niños en Colombia mencionan la televisión como principal fuente de información, seguido por los padres, 7.6%, los medios impresos ocuparon el tercer lugar”⁶. Si se compara el porcentaje del tiempo en el cual el niño permanece frente al televisor versus el tiempo que comparten en la semana con sus padres (entre 3 y 6 horas), se entiende este resultado.

Esta afirmación es confirmada por Valerio Fuenzalida Fernández⁷, quien plantea que el 70% de los programas de televisión que ven los niños no son programas infantiles. Además, en Colombia no se puede afirmar que existe franja infantil, ya que el niño no solo tienen a su disposición una variada programación, sino también una serie de canales, algunos no especializados los cuales buscan rating como criterio de eficiencia del negocio, los canales con temáticas especializadas, además de los canales regionales y nacionales.

El primer estudio de audiencias infantiles, fue realizado en Colombia en el año 1997, por Maritza López De la Roche, seguido por un estudio sobre “Hábitos y preferencias de los estudiantes de educación básica en Antioquia” a cargo de Miguel Fernández, realizado en 1998 y el trabajo de Omar Rincón “La televisión que ven los niños” realizado en 1999.

⁶ MARTÍN BARBERO, Jesús. Investigación de los públicos en Colombia. Bogotá: Tercer Milenio, 1997. p. 31–32.

⁷ FUENZALIDA FERNÁNDEZ, Valerio. La televisión que necesitamos. En: Ponencia presentada en el marco del VII encuentro de televisión de la Universidad de Antioquia. Medellín, agosto 21 - 22 de 2003. p.13.

Los estudios de audiencia infantil, anteriores a estos estuvieron centrados en el “daño” que hace la televisión al niño, pero el estudio de Maritza López De la Roche rompe el esquema anterior y tiene como objetivo central la exploración de los imaginarios que sobre la familia, el barrio, la ciudad, el país y el mundo tejen los niños y el papel que en este contexto juega la televisión. Igualmente indagaba el papel de los medios en la vida cotidiana, los hábitos de consumo y las preferencias infantiles. En conclusión, la investigadora destaca la importancia que tiene la televisión para los niños e invita a respetarlos como audiencia.

Maritza López De la Roche al reflexionar sobre la relación entre la escuela y los medios señala lo siguiente: “A la Pedagogía le corresponde por un lado, generar sentido frente a los medios, orientar la acción educativa de la Escuela mediada por estos instrumentos, y por otro, contribuir a la autorregulación y recreación de esta manifestación de la cultura tecnológica en la Escuela y la Sociedad. Por lo tanto, más que ignorar, opinar, valorar o sacralizar los medios de comunicación en una actitud que los descalifica o convierte en fines en sí mismos, la Escuela ha de asumir una actitud de indagadora, de descubrimiento e investigación, sobre su alcance y significado frente a los modelos pedagógicos y su impacto social”⁸.

El estudio de 1999 arrojó como resultado el consumo masivo de televisión por parte de los niños (el 99.9% de los niños consumen televisión, empleando un promedio de 3.2 horas al día) y la permanencia de los niños frente a la pantalla, que se iniciaba en horas de la tarde y se incrementaba durante la noche; los géneros preferidos fueron telenovelas y seriados (programas para la audiencia adulta), seguido de los dibujos animados.

Sin embargo, no todo está dicho cuando se habla de la televisión. La creciente inquietud por saber cómo los niños manejan e interpretan la televisión que ven y el hecho de que son capaces de construir un “plan de televisión” día a día, motiva a proponer este tema como trabajo de grado pues con esta investigación se analiza y establece el tiempo que los niños objeto de estudio permanecen junto al televisor, los programas y canales que eligen ver, así como la responsabilidad de los padres para poner límite de tiempo y como afecta esto su proceso de socialización con su familia y sus pares.

⁸ LÓPEZ DE LA ROCHE, Maritza. Los niños como audiencias. Proyecto Infancia y Mujer. Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF). Bogotá: Da Vinci edit, 1998. p. 39.

4. MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

El estudio para los medios se inició, en los años 80, a partir del análisis del cine y del producto de otros medios, con un enfoque estético; pretendiendo diferenciar las producciones de calidad de las que no lo eran, se evaluaba el producto del cine a partir de un criterios previamente establecidos y el resultado de esta evaluación giraba en torno al cumplimiento o no de ellos.

Posteriormente, se realizó bajo el marco del análisis político y representacional y se concebían los medios como creadores y mediadores del saber social, pretendiendo identificar en sus mensajes el trasfondo de la ideología que portaban. Actualmente algunas escuelas continúan con este modelo para el estudio de los medios, considerando que la función principal de los medios es informar y entretener.

La propuesta actual del estudio de los medios es integral y abarca desde el conocimiento del medio mismo, los códigos de lenguaje utilizados, los sistemas de producción hasta la redefinición de su función principal: la segmentación de las audiencias en grupos de usuarios. Por lo tanto la educación de los medios debe incluir, también, un análisis crítico de las técnicas del marketing, la naturaleza y comportamiento de las audiencias.

En Colombia el estudio de los medios y especialmente de la televisión surge en la década de los 80, donde se realizaron investigaciones de audiencia asociadas al aporte o matiz ideológico de los medios. En los años 90 el interés estuvo centrado en el consumo de medios y los estudios de rating.

Desde entonces, se han realizado innumerables investigaciones sobre audiencia infantil con diversos enfoques una de los cuales, el estudio de Omar Rincón, toma como base de estudio los programas infantiles de mayor rating y realiza una descripción de ellos desde el punto de vista de su narración, contenidos y estructura para entender las razones de aceptación.

Las conclusiones más destacadas de este estudio⁹, fueron: los niños exigen que la televisión reconozca sus necesidades y expectativas en la vida social, por eso buscan programas donde puedan expresar un sentir o una opinión respecto al mundo, los niños saben ver televisión desde el punto de vista formal y narrativo.

⁹ ALIANZA TELEVISIÓN DE CALIDAD. La televisión para niños: de enemigo a aliado. Bogotá, 2000. p. 18-19.

En el año 2000, como producto de la convocatoria de la Fundación Imaginario, nació en Colombia la alianza Televisión de Calidad que tiene por objeto el análisis de la televisión en Colombia con especial interés en el público infantil y juvenil, desde ese momento se han promovido y realizado debates, encuentros. Como resultado del trabajo de esta alianza se firmó en Colombia el Compromiso Nacional por la Televisión de Calidad para la Infancia con el cual se pretende:

- Iniciar acciones para fortalecer la regulación en televisión infantil.
- Estimular producción de programación y programas para niños y niñas.
- Estimular la investigación sobre medios en el cual el público infantil sea protagonista.
- Creación de asociaciones y ligas que promuevan la participación ciudadana en la televisión.

El reconocimiento de la gran “presencia” de la televisión en la vida de los niños, mantiene activos en los investigadores la necesidad de conocer que aspectos: programas, canales, contenidos, franjas, etc, está utilizando el niño como fuente para la construcción de las representaciones de si mismo y de su cosmovisión, el cual está muy relacionado también con el desarrollo del componente social; imagen y forma de relacionamiento con sus “pares”, su proceso de integración a grupos, criterios de elección y aceptación de los otros, a partir de su sistema de valores.

Todo estudio que pretenda analizar comportamientos, actitudes y realizaciones del niño debe incluir una visión desde el punto de vista neuropsicológico de los procesos cognitivos-emocionales que desarrolla, para relacionar luego el cómo el contexto socio- comunicativo impacta su desarrollo sicosomático.

El desarrollo cognitivo es el proceso evolutivo de transformación que permite al niño ir desarrollando habilidades y destrezas, por medio de adquisición de experiencias y aprendizajes, para su adaptación al medio, implicando procesos de discriminación, atención, memoria, imitación, conceptualización y resolución de problemas.

Comprendemos como área de desarrollo cognitivo aquella que comprende el conocimiento físico en términos del conocimiento de las propiedades físicas de los objetos y del modo del cómo actuar sobre ellos (explorando activamente con todos los sentidos; manipulando, transformando y combinando materiales continuos y

discontinuos; escogiendo materiales, actividades y propósitos; adquiriendo destrezas con equipos y herramientas; descubriendo y sistematizando los efectos que tienen las acciones sobre los objetos, como por ejemplo agujerear, doblar, soplar, romper, apretar, etc.; descubriendo y sistematizando los atributos y propiedades de las cosas).

El conocimiento lógico matemático definido en términos de las relaciones establecidas entre los objetos, tales como clasificación (investigando y descubriendo los atributos de las cosas; observando y describiendo las semejanzas y diferencias de las cosas, agrupando y apareando las cosas por sus semejanzas y diferencias; usando y describiendo objetos de diferentes maneras; conversando acerca de las características que algo no posee o la clase a la cual no pertenece; manteniendo más de un atributo en mente; distinguiendo entre algunos y todos; agrupando y reagrupando por otro criterio conjunto de objeto), seriación (haciendo comparaciones, por ejemplo: más alto, menos alto, más gordo, más flaco, menos lleno, etc.; arreglando varias cosas en orden y describiendo sus relaciones; probando y encajando un conjunto ordenado de objetos en otros conjunto a través de ensayo y error) y número (comparando cantidades; arreglando dos conjuntos de objetos en correspondencia 1 a 1 deshaciéndola y reestableciéndola; recitando los números de memoria; contando objetos; midiendo y comparando material continuo; reconociendo y escribiendo numerales; llenando y vaciando espacios tridimensionales con material continuo y discontinuo).

También comprende el conocimiento espacio-temporal definido en términos de nociones que alcanza el niño de su espacio y de su tiempo. En cuanto al espacio se pueden mencionar las siguientes actividades: encajando, ensamblando y desensamblando cosas; arreglando y reformando objetos; teniendo experiencias, describiendo la posición relativa, direcciones y distancias de las cosas, de su propio cuerpo; teniendo experiencias representando su propio cuerpo; aprendiendo a localizar cosas y lugares en el aula, hogar y comunidad; interpretando representaciones de relaciones espaciales en dibujos, cuadros y fotos; diferenciando y describiendo formas; reproduciendo la posición espacial de los objetos en forma lineal, con objetos del modelo pero colocados de la manera más unida o más separada y en forma inversa.

Las actividades con respecto al tiempo pueden ser: empezando y parando una acción al recibir una señal; teniendo experiencias y describiendo diferentes velocidades; teniendo experiencias y comparando intervalos de tiempo; observando cambios de estación (lluvia, sequía, frío, calor); observando relojes y

calendarios que son usados para señalar el tiempo; anticipando eventos futuros; planeando acciones futuras y contemplando lo que uno ha planificado; describiendo y representando eventos del pasado: usando unidades convencionales de tiempo, cuando habla de eventos del pasado y futuros; observando, describiendo y representando el orden secuencial de los objetos.

De la misma manera comprende la representación definida en términos de la capacidad del niño para representar objetos, personas o situaciones por otras, ya sea a nivel de índice, símbolos o signo. El conocimiento social, definido como la comprensión de las claves de la comunidad y la capacidad de entender y expresar sentimientos y deseos de sí y de los demás.

4.1 TRANSICIÓN DEL PERIODO PREOPERACIONAL AL DE LAS OPERACIONES CONCRETAS

Según el psicólogo Jean Piaget¹⁰, de los 2 a los 7 años en la Fase Preoperacional, el niño afronta inicialmente una etapa preconceptual; este es un período de transición entre las pautas de la etapa de egocentrismo y la conducta socializada. El niño está en permanente investigación y gracias al desarrollo del lenguaje se da una comunicación permanente entre individuos. Aprende a utilizar símbolos para comunicarse consigo mismo y con otros. Aún no puede comprender el sistema más general de significados que posee el mundo adulto. Así, aunque el niño y el adulto emplean más o menos el mismo lenguaje, no siempre poseen un marco común para comunicarse. En el lenguaje el niño es capaz de repetir palabras y asociarlas a objetos, limitando muchas veces el conocimiento solo a lo percibido por los sentidos.

El niño desde su modo de pensar limitado deduce que todos piensan como él y que lo comprenden sin tener que esforzarse demasiado. En esta fase la asimilación se convierte en su tarea de mayor importancia, debido a que la asimilación de sus experiencias más recientes lo llevan a tener una visión más amplia del mundo en el cual le va a tocar vivir. El niño ocupa gran cantidad de su tiempo en el juego, en el cual afirma sus adquisiciones anteriores. En su juego pone énfasis en el como y en el porqué de las cosas.

Luego viene la etapa del pensamiento intuitivo, se da entre los 4-5 ½ años. Aquí el niño aprende a representarse las cosas mentalmente, por lo que en su lenguaje ya puede utilizar conceptos imaginándolos. El pensamiento en esta etapa hace que al

¹⁰ PIAGET, Jean. Seis estudios de psicología. Bogotá: Solar, 2002. p. 30 -31.

niño le sea difícil concebir dos ideas al mismo tiempo, no pueda ver el todo sino sólo las partes. En el lenguaje, el niño ya puede utilizar las palabras para reflexionar sobre los hechos.

Pero no es sino a partir de los 7 años, durante el Periodo de las Operaciones Concretas que el niño adquiere la habilidad de entender operaciones y sistemas de acciones mentales internos que subyacen al pensamiento lógico. Estas operaciones reversibles y organizadas permiten a los niños superar las limitaciones del pensamiento preoperacional, buscando conexiones entre ideas y justificaciones lógicas a los hechos.

Se adquieren en este periodo conceptos como el de conservación, inclusión de clases, adopción de perspectiva y cumplimiento de la reglas. El niño ya puede realizar operaciones mentales como clasificar conceptos. Su lenguaje se vuelve más completo.

Piaget¹¹ dice que "Cuando el niño comienza a ser capaz de considerar distintos aspectos de un mismo problema, que no conducen a su resolución, sus procesos intelectuales rompen el círculo restrictivo del dogmatismo y la rigidez" lo que conlleva a progresar en el proceso de desarrollo cognitivo y físico para afrontar los futuros desafíos de la escuela.

4.1.1 Ingreso a la escolaridad. La etapa escolar supone un momento de equilibrio en el desarrollo del niño. Durante estos años consigue una cierta armonía, una proporcionalidad en el aspecto físico que se mantiene, a pesar de las modificaciones del crecimiento, desde los 7 hasta los 11 ó 12 años de edad.

A nivel psicológico sucede algo parecido, por lo que esta etapa de crecimiento se ha llamado "período de madurez infantil". El niño continúa desarrollándose y perfeccionando sus movimientos, ahora es más fuerte y puede trabajar con mayor habilidad. Le gusta realizar juegos y actividades que exijan cada vez más movimientos fuertes y precisos. El niño ahora se mueve con más habilidad que el adulto y ejercita su actividad sin descanso.

A partir de los 6 ó 7 años se produce un cambio importante en la inteligencia del niño desaparece el animismo, las cosas ya no le parece que están vivas y el niño distingue perfectamente entre los cuentos, las leyendas y la realidad.

¹¹ Ibid., p. 83 -84.

Vigotsky¹² considera que “El pensamiento busca explicaciones lógicas a los hechos que observa, tratando de explicarse como el todo está compuesto por las partes”, de aquí se desprende el gusto del niños por los rompecabezas y juegos de construcciones. No hay otro período en la vida humana en que la memoria mecánica llegue a ser tan grande.

A partir de este momento, el niño es capaz de construir y resolver las operaciones mentales a voluntad, herramientas que le permiten coordinar la lógica y la moral. A través de las operaciones puede construir conceptos con los que puede realizar conexiones de sus ideas y hacer una justificación lógica de ellas. “Entre los 6 y 7 años el pensamiento transita de la inteligencia representativa nocional a la inteligencia conceptual y gracias a la función simbólica, el niño se libera de las ataduras al presente, inventando el futuro, y de las ataduras al espacio, inventando imágenes mentales transespaciales”¹³.

En este periodo también se da la construcción de la moral que parte del reconocimiento y respeto del otro. Sus juicios morales están directamente relacionados con el seguimiento de las normas o reglas acordadas y del concepto de justicia distributiva, basada en la igualdad estricta. En los juegos construye y acepta reglas acordadas por el grupo y para él, ganar tiene sentido colectivo y es percibido como el logro del éxito frente a los demás.

La cooperación se hace evidente, como colaboración efectiva para un trabajo común, separando de forma adecuada el punto de vista de él y el de los demás, también se afianza la autonomía.

El niño, del periodo de las operaciones concretas, reflexiona sobre su conducta y sus respuestas dejan de ser impulsivas para ser mediadas por el pensamiento; y es capaz de construir explicaciones atomistas.

A medida que el niño crece, durante la etapa de los 8 a los 12 años, se produce una transición hacia la pubertad, se bosquejan los inicios del temperamento, la conducta y los sentimientos que definirán la autoimagen que como ser humano tendrá de sí mismo. La autoimagen determina positiva o negativamente la personalidad de una persona, es el conjunto de cualidades individuales que diferencian a cada individuo de otro. Quien cambie su auto imagen transformará su personalidad y conducta.

¹² VIGOTSKY, Lev Semenovich. El desarrollo de los procesos psicológicos superiores. Barcelona: Crítica, 1979. p. 38.

¹³ DE ZUBIRÍA SAMPER, Miguel. Pensamiento nocional y conceptual. Módulo 5. Bogotá: Fundación Alberto Merani, 1995. p.106.

En el niño prepúber, de 10 a 12 años, la identidad personal, la autonomía y la pertenencia e identificación a un grupo son factores determinantes para desarrollar un autoimagen propia y definir su entorno afectivo, social y cultural. En esta edad el uso de representaciones mentales de los hechos y de las cosas les permite adquirir bastante destreza en su clasificación y manejo; y en la comprensión de los principios de conservación. El desarrollo mental concreto lo vuelve más hábil y realista, lo capacita para comparar lo desconocido con lo que conoce, lo bueno y lo malo, y para iniciar su transición por la adolescencia.

4.2 PROCESO DE SOCIALIZACIÓN DEL INDIVIDUO

El ser humano desde su nacimiento se encuentra inmerso en un medio social que pretende transformarlo en su estructura misma; aportándole un sistema ya construido de signos que le proponen valores y obligaciones. La familia es el primer agente socializador, y mantiene su monopolio durante un tiempo más o menos prolongado, especialmente durante la primera infancia, y es el lenguaje el facilitador de este proceso. Luego la escuela cumple su papel, también los medios y, especialmente, la televisión hace su contribución siendo la responsable de una buena parte de la construcción social de la realidad.

Existen dos niveles de socialización: la primaria que se inicia desde el nacimiento y termina cuando el concepto del "otro" se ha establecido en la consciencia del individuo; y la secundaria, la cual se inicia cuando el sujeto trasciende la esfera del hogar y empieza a interiorizar submundos institucionales o basados sobre las instituciones. El proceso de socialización contribuye, no solo a la consolidación de los contactos efectivos con los otros, sino también a la construcción de la propia identidad.

La consciencia de lo que somos y de lo que queremos ser es producto de un historial de experiencias con el medio ambiente, que empiezan a ser parte del yo, en el cual se acumula información gratificante, como también heridas, que se reflejan en la imagen que tenemos de nosotros mismos y en la forma como concebimos y nos relacionamos con el medio ambiente.

Para que el ser humano pueda disfrutar de la vida y mantener relaciones positivas con los demás, debe construir su autoestima, que podría definirse como la suma integrada de confianza y respeto hacia si mismo. Para su conformación son fundamentales las percepciones y las emociones, lo que implica la integración del cómo se define el sujeto y el significado y valoración que él otorga a esta definición.

4.2.1 Desarrollo de la autoestima. Entre los 3 y 5 años el niño empieza a recibir opiniones, apreciaciones e incluso críticas a cerca de él y sus comportamientos, entonces el primer “bosquejo” de “quien es él” proviene de su entorno y esto contribuye a constituir una valoración rudimentaria de si mismo. Clames y Bean¹⁴ destacan cuatro factores que el entorno familiar debe proporcionar y que intervienen en la construcción del autoestima: **la vinculación:** la cual le ofrece al niño la sensación de sentirse parte de algo, de un grupo, ser importante para alguien y sentir que alguien se preocupa por él, **la singularidad:** que es la necesidad de saberse alguien particular y especial, **el poder:** la necesidad de saber que lo que se planea puede realizarse y la mayoría de las veces de una forma exitosa y **las pautas:** para las cuales el niño requiere modelos para imitar y obtener resultados satisfactorios y a través de ellos logre diferenciar lo bueno y lo malo, construir patrones éticos, valores, hábitos y creencias. La ausencia de estos factores afectara el proceso de construcción de su autoestima y de su auto imagen.

4.2.2 Componentes de la autoestima. La autoestima es la sensación interna de satisfacción con lo que uno es o siente que es. En este sentido corresponde a una vivencia subjetiva de cada persona, con respecto a la imagen que tiene de sí mismo y comprende dos elementos psíquicos:

- **El auto concepto - auto imagen:** la consciencia que tenemos de nosotros mismos; de nuestros rasgos de identidad, cualidades y características más significativas. Este elemento, también está constituido por la percepción real de si mismo (Yo real), por la percepción que nos gustaría tener de nosotros mismos (Yo ideal), por la forma como creo que soy percibido por los demás (Auto imagen social) y por la forma como me gustaría ser percibido (Auto imagen social ideal).
- **Autovaloración:** El aprecio o amor que experimentamos hacia nuestra persona.

4.3 PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LAS REPRESENTACIONES.

Los seres humanos construyen representaciones de todo lo que lo rodea: de si mismos, de su familia, la sociedad, así las representaciones mentales permiten dar cuenta de los objetos o personas ausentes. Estas representaciones no se construyen en forma aislada, sino en un contexto representacional, determinado

¹⁴ CLEMES, Harris y BEAN, Reynold. Cómo desarrollar la autoestima en los niños. Escuela de padres. 6 ed. Madrid: Debare, 1996. p. 59.

por el nivel de desarrollo cognitivo del sujeto y los aportes del medio familiar y social.

Es a través de las representaciones que el sujeto da sentido a su entorno; a su interioridad y exterioridad, para así realizar intervención en él: dominarlo, controlarlo, transformarlo y transformarse a si mismo.

La construcción de las representaciones han sido abordada desde dos enfoque psicológicos: el cognitivo, que se preocupa por composición del las mismas, diferenciando el contenido (aspectos semánticas o referenciales de la información) y el formato (código simbólico) y su sintaxis (las relaciones que se establecen entre ellas), pero este enfoque no logra explicar como los seres humanos construyen representaciones diferentes sobre un mismo fenómeno, lo cual llevó a la elaboración del concepto del contexto, que permite mirar las representaciones desde dos niveles; el primario (la representación guarda una fuerte relación con el mundo representado y se forman producto del contacto directo con lo representado) y secundarios (la representación representa el mundo como es, pero también como podría ser; la representación de la representación).

El lenguaje es un factor de formación y socialización de las representaciones. A través de el, él sujeto da cuenta de sus explicaciones del mundo, comprensiones y predicciones. Las representaciones son una forma de interpretar, pensar la realidad cotidiana y establecer su posición frente al grupo.

Los seres humanos al nacer tienen una sola representación del mundo, luego construyen modelos para proyectar el estado deseado y como llegar a él, es capaz de trascender al presente, a través de representaciones que evocan el pasado y de evadir la realidad mediante representaciones irreales alternativas, así conforma representaciones de distintos aspectos de la sociedad en que vive.

En enfoque social de las representaciones acepta que estas son construidas por el individuo, pero no existe una infinita variedad de representaciones porque los individuos “reproducen” las representaciones fundamentales de la sociedad en la cual viven, o sea que existe un “anclaje social de las representaciones”, lo que implica la existencia de una “red de significación” alrededor del núcleo central de la representación. Esta red de significación es un sistema de interpretación que media entre el individuo y su universo. La representación social también tiene esta función mediadora, dando sentido a los problemas que el individuo se plantea, convirtiéndose en una guía de conducta dentro de un contexto determinado.

Lo social interviene en la construcción de las representaciones, aportando: el contexto concreto en el cual se encuentra el individuo y el grupo y aportando la

comunicación que se establece entre ellos (cultura, códigos, valores e ideologías), lo que implica la existencia de las representaciones sociales.

4.4 LA TELEVISIÓN

La televisión es un medio de comunicación muy especial, muy fuerte; tiene la capacidad de presentar estímulos visuales y auditivos, los cuales son más efectivos en conjunto que cada uno por sí mismo.

Según, las cuatro categorías para los medios propuestas por Wilbur L. Schramm¹⁵, la televisión posee tres de ellas que son:

Espacio – Tiempo: La televisión actúa de forma combinada, ella posee cierta efectividad en cuanto a la percepción, en el cual rige el principio de que mientras mayores vías de entrada posee la información más efectiva será la percepción del mensaje, los medios combinados como la televisión son de mayor eficacia tanto en la percepción a aprendizaje y memorización, esto tiene gran aplicación a nivel educativo.

Participación: En la escala de participación del comunicador la televisión ocupa el séptimo lugar, mientras mayor participación, mayores serán las influencias.

Rapidez: La televisión y la radio son los medios más rápidos, los medios rápidos impiden que el comunicador pueda dedicar el suficiente tiempo para que el mensaje sea comprendido y meditado por el receptor; los medios radio y televisión prácticamente someten al receptor a un bombardeo continuo de mensajes y si se es un niño, la comprensión del mensaje será aún más difícil porque la capacidad intelectual aún no está totalmente desarrollada.

Todos los medios de comunicación son utilizados para lograr desarrollar el potencial cultural de nuestros pueblos. No se trata solo de comunicar, sino de controlar las reacciones del receptor. Los efectos pueden ser considerados:

Según temporalidad: mediatos e inmediatos

Según las consecuencias: positivos y negativos

Según la intensidad.

¹⁵ SCHRAMM, Wilbur. Procesos y efectos de la comunicación en masa. III ed. Florida: Urbana Illinois University Press, 1992. p. 162.

Según el área de acción: sobre el comportamiento, saber, opiniones y aptitudes

Por lo tanto, la televisión es uno de los medios con mayor responsabilidad sociocultural ya que no solo se limita a lo que muestra durante un instante sino a las repercusiones que pueden traer las asociaciones y acciones que elaboren los niños con toda la información que reciben a diario.

Al llegar a miles de hogares donde no hay ningún tipo de límite y ningún acompañamiento para aprovechar la televisión como recurso educativo o de sano entretenimiento los niños interpretan y se apropian de actitudes o roles para los cuales aún no están mental ni físicamente preparados. Los niños menores de 7 años presentan un riesgo adicional: no discriminan entre fantasía y realidad (no distinguen entre las imágenes provenientes de la realidad y las de la fantasía), y por lo tanto perciben en un plano de igualdad ambos tipos de imagen y luego no recuerdan como las han incorporado.

Esto permite entender porque la televisión es capaz de influir fuertemente en la conducta, y porqué es capaz de producir un mayor impacto psicológico que otros medios de comunicación: la televisión ha hecho que el lenguaje de las imágenes tome mayor relevancia sobre el lenguaje oral. El lenguaje oral es abstracto mientras que el de imágenes es concreto. Ambos lenguajes se tienden a localizar en zonas distintas del cerebro. La utilización predominante de las imágenes, es probable que tienda a anular el desarrollo del lenguaje, y su consecuencia es disminuir o anular la capacidad analítica del pensamiento abstracto.

Además preocupa observar como los niños no destinan tiempo a actividades que son fundamentales para su desarrollo psíquico y físico, con tantas horas de televisión, está dejando de jugar y el juego no es solo entretenimiento, sino que es fundamental en él para el desarrollo de su forma de comunicarse y de aprender del mundo que lo rodea, y también está dejando de interactuar con otras personas, fundamentalmente con sus padres, y sabemos que de esta interacción con sus padres va a depender buena parte de sociabilización futura. En general, los niños hacen menos deportes, ejercita menos su motricidad, y lee solo porque en la escuela se los exigen.

Al salir de la escuela, los niños han pasado 50 por ciento más tiempo frente al televisor que frente a sus maestros. En un hogar promedio, hay 2 televisores que duran prendidos más de siete horas al día, y un niño promedio ve cuatro y cinco diarias de televisión.

La mayor parte de ese tiempo los niños ven programas que no están dirigidos a la audiencia infantil: películas de acción, novelas y videos musicales. La televisión no

distingue entre sus espectadores. Si tiene edad para prender el aparato, entonces tiene derecho a obtener la misma información que un joven de quince años o un adulto de cuarenta.

4.5 LOS MEDIOS Y EL PROCESO DE SOCIALIZACIÓN

Los medios y la tecnología – dvd's, consolas de video juegos, computadores, etc. - son una herramienta de conocimiento del mundo, pero no se limitan a reflejar la realidad, sino a construirla; también ésta realidad que construye es irreal en la medida que responde a la lógica del medio, como señaló McLuhan: "cualquier tecnología crea gradualmente un nuevo ambiente humano"

George Gerbner desarrolla la teoría de "Cultivo"¹⁶ en la cual plantea que entre mayor sea el tiempo que un individuo se sumerja en el mundo de la televisión, mayor es la coincidencia entre la concepción que éste tiene de su entorno y la representación televisiva del mismo. Así el consumidor de la televisión "absorbe" las representaciones sociales contenidas en la televisión sin discriminar las que son válidas de las que no lo son.

Esto significa que una "gran cantidad de la población infantil y juvenil es especialmente susceptible a los efectos negativos del medio, tales como violencia, mal tratamiento informativo de temas complejos o agresión visual y auditiva. Hay que tener en cuenta que para cerca de siete millones de niños en nuestro país la televisión se convierte, muchas veces, en su única opción de entretenimiento, de relación con el mundo y posibilidad de aprendizaje y que muchos niños de sectores populares tienen con frecuencia condiciones de vida inadecuadas dentro de su hogar y experiencias escolares negativas, de forma que ninguno de estos dos escenarios sociales son apoyo suficiente y positivo para enfrentar la avalancha de información y formación proveniente del aparato televisivo¹⁷.

A la televisión se le ha atribuido casi en exclusivo la culpa del incremento de las conductas agresivas en niños y jóvenes, a esto Albert Bandura¹⁸, creador de la teoría social del aprendizaje, expone que la violencia no es una respuesta

¹⁶ GERBNER, George. Teoría de la cultivación de los medios masivos. Center for Communication Programs 1997. [en línea]. Bogotá: La Iniciativa de Comunicación, septiembre de 2001. [consultado 22 de diciembre de 2006]. Disponible en Internet: [http:// www.comminit.com/la](http://www.comminit.com/la).

¹⁷ NIÑO DIEZ, Jaime. Niñez, juventud y televisión en Colombia. Una tarea aplazada [en línea]. Santafé de Bogotá: Comisión Nacional de Televisión, CNTV, 2006. [consultado en 17 de octubre de 2006]. Disponible en Internet: <http://www.cntv.org.co/investigaciones2.html>

¹⁸ BANDURA, Albert. Teoría de Aprendizaje Social o Teoría Social Cognitiva [en línea]. Bogotá: La Iniciativa de Comunicación, mayo de 2002. [consultado 26 de octubre de 2006 y 15 de enero de 2007]. Disponible en Internet: [http:// www.comminit.com/la](http://www.comminit.com/la)

automática producida por los consumos mediáticos, sino que el individuo reacciona de manera agresiva ante determinadas situaciones condicionado no sólo por lo aprendido en su entorno social, sino también, por las narraciones televisas a las que haya estado expuesto. Otros autores plantean que las escenas violentas presentadas en los medios permiten liberar la agresividad contenida en el teleespectador y otros proponen una defensa tal del medio, que logran expresar que la televisión se ha convertido en el chivo expiatorio de un malestar social.

La cantidad de violencia de la televisión es abrumadora: un estudio hecho en Chile en 1990 demostró que durante 5 días tomados al azar, en los 4 canales de aire, entre las 14 y las 20 y 30hs, se vieron más de 2700 escenas de sexo y violencia (manifestaciones físicas, violaciones, agresiones, tiros, amenazas, muertes violentas, relaciones ilícitas, explosiones, etc).

Los estereotipos de personajes en las series y telenovelas son siempre los mismos: la mujer es joven, hermosa, y con exuberantes atributos físicos. El supuesto héroe es extremadamente joven y físicamente muy atractivo. El amor a otras edades ni siquiera existe. Se representa en estas series una relación de pareja sin compromiso, ocasional y furtiva: el héroe ve un ratito a una joven a quién conquista, y en el episodio siguiente lo mismo, pero a otra, y así sucesivamente. En las telenovelas el tema predominante es la infidelidad y el adulterio. En la televisión se omite totalmente el dolor emocional que dicha conducta produce en mujeres y varones. Nada aparece respecto de la relación de pareja comprometida y responsable. Nada acerca del embarazo, anticoncepción, aborto, etc. Además todo el tiempo los personajes realizan una oda a los diferentes vicios que la cultura y sociedad actual esta tratando de erradicar: el alcoholismo, la drogadicción y el tabaquismo.

Según María del Carmen García Galera¹⁹, la televisión desempeña tres funciones básicas en relación con la socialización del niño: presenta conductas que pueden imitarse, proporciona imágenes que pueden desencadenar asociaciones y permite la familiarización con los valores de la sociedad del ocio y del consumo.

La presencia de roles sociales estereotipados en la televisión, son asumidos de manera inconsciente por los teleespectadores, especialmente por los niños, sin reconocer que estos obedecen a la selección del emisor. Estas imágenes prefabricadas refuerzan prejuicios y convicciones que tienen las personas y a los niños les aporta la percepción de “lo que debe ser”, ya que los estereotipos, de acuerdo a la psicología social, representan un “mensaje autoritario” que presenta

¹⁹ GARCIA GALERA, María del Carmen. Los valores de la sociedad de ocio y consumo. Televisión, violencia e infancia. El impacto de los medios. Barcelona: Gedisa, 2000. p. 34-35.

la realidad ideal (no presenta la realidad como es, con todas sus contradicciones, sino una realidad empobrecida), para permitir su rápida asimilación por parte del receptor.

4.6 AUDIENCIACIÓN

Guillermo Orozco Gómez²⁰ afirma que estamos viviendo en una sociedad de educación, pero no tradicional, dentro del marco de la escuela, sino fuera de ella, a través de los medios de comunicación y básicamente la televisión, la cual ha cambiando su función de proporcionar entretenimiento para convertirse en una fuente de conocimiento no formal, en el cual el intercambio es constante.

Entonces el aprendizaje y la educación no son exclusivos de la escuela, el individuo esta expuesto a diversos medios y tecnologías, lo que llevó a este autor a acuñar el concepto de Audienciación, exponiendo que el individuo es visualizado como audiencia de distintos medios y su proceso de socialización debe entenderse a la luz de este concepto, ahora hay que entender estas interacciones para entender que tipo de sujeto somos.

La participación del individuo en la sociedad ya no es directa, sino mediatizada, por lo tanto se debe educar la audiencia, especialmente la infantil, la cual se muestra fuertemente atraída por la televisión, que además de ofrecer distracción, está llenando espacios como la soledad y el aburrimiento, exponiendo al niño a información que antes pertenecía al mundo de los adultos.

En los primeros estudios relacionados con la audiencia infantil se consideraba que el niño era un consumidor pasivo de la televisión y que simplemente se limitaba a observar e imitar las conductas deseables o indeseables recibidas a través de la televisión, pero en una investigación realizada por la Universidad Externado de Colombia se demostró que los niños se apropian de estos contenidos de acuerdo a sus necesidades, experiencias y momento del desarrollo en el cual se encuentren.

Teniendo como referencia la teoría constructivista, el niño construye el conocimiento, no es un simple receptor, sino que hace una transformación de la información, pero esto no quiere decir que el contacto permanente con la televisión y sus contenidos sea completamente inofensivo.

²⁰ OROZCO Gómez, Guillermo. La 'audienciación' contemporánea de las sociedades y sus consecuencias educativas. Libro Interactivo Educación para la comunicación. Televisión y Multimedia [CD ROM]. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2002.

Teniendo en cuenta que el niño no solo es consumidor pasivo de la programación infantil, la Comisión Nacional de Televisión ha propuesto una serie de regulaciones de contenidos de los programas de acceso al público infantil pero se hace necesario reconocer que los esfuerzos por producir televisión para esta audiencia, son relativamente recientes. La programación infantil, en Colombia ha estado cedida a producciones mexicanas y norteamericanas y posteriormente japonesas.

5. MARCO CONTEXTUAL

5.1 ESPACIO Y TIEMPO

La investigación está enfocada a niños y niñas escolarizados, entre 6 y 12 años, de la ciudad de Cali que perteneciente a los estratos 3,4 y 5. El estudio se realizó entre diciembre de 2006 y marzo de 2007.

5.2 CANALES A CONTEMPLAR

La selección de los canales se hizo a partir de una observación durante una (1) semana a 10 individuos (5 niños y 5 niñas) y sus preferencias para ver televisión sin discriminar televisión nacional o por cable ni horarios, de manera que los canales son:

Cartoon Network
Disney Channel
Discovery Kids
Jetix
Nickelodeon
Boomerang
Animal Planet
Canal RCN
Canal Caracol
Discovery Channel
Cinemax
People & Arts
Travel & Living
SONY
FOX
National Geographic
History Channel
MTV
SON LATINO
HALLMARK
TNT
Superland
MV channel
Canal I3 Play TV
Total Music
Canal de las Estrellas

5.3 HORARIOS

Partiendo de la premisa que todos los días y a cualquier hora los niños tienen acceso a la televisión; y de los horarios propios que manejan cada uno de los canales tanto en semana como en fin de semana, escogí abarcar los horarios que van desde las 5:00 de la mañana hasta las 12:00 de la madrugada.

6. METODOLOGÍA

El proyecto, se desarrolla en dos fases, de la siguiente manera:

6.1 EXPLORATORIO: OBSERVACIÓN ETNOGRAFICA NO PARTICIPATIVA

En un plazo de tres meses se realizaron visitas, tanto en días de semana como en fin de semana, a los hogares de 5 niños y 5 niñas de estrato 3,4 y 5 de la ciudad de Cali para realizar un seguimiento y tomar anotaciones sobre la rutina tiene el niños objeto de estudio para ver televisión: canales, programas, horarios, estrategias y en compañía de quien ve televisión.

Esta fase contestara los siguientes interrogantes:

- ¿A que horas inicia y termina de ver televisión, tanto en semana como en fin de semana, el niño objeto de estudio?
- De toda la oferta televisiva ¿Cuales son los canales que más ven los niños, tanto nacionales como extranjeros?
- ¿Cuáles son los tipos de programas que más ven los niños objeto de estudio?
- ¿Cuáles son las estrategias que utilizan para ver televisión?

Muestra: 10 sujetos (5 niñas, 5 niños) residentes en la ciudad de Cali, escolarizados, de estratos 3,4 y 5, con edades entre los 6 y 12 años.

6.2 ENCUESTA: investigación de tipo de descriptivo con la aplicación de herramientas cuantitativas.

Tiene como objetivo principal conocer las preferencias de canales, programación y hábitos de consumo de televisión, lo que conduce a las siguientes preguntas:

- ¿El niño objeto de estudio consume predominantemente, televisión nacional o canales internacionales?
- ¿Existe diferencia entre el consumo, en horas, de semana y fin de semana?

- ¿Cuál es el tipo de programas que más ven los niños objetos de estudio?
- ¿Desde qué horas empiezan los niños a ver televisión y hasta qué horas, en promedio, lo hacen?
- ¿Existe permanencia en un canal por un periodo superior a 1 hora?
- ¿Cuál de estas acciones o estrategias para ver televisión utiliza el niño objeto de estudio: zapping, flipping, gracing, surfing?
- ¿Qué tipo de programas de canales colombianos ven?
- ¿En qué condiciones hace el consumo de televisión el niño objeto de estudio: solo, acompañado de hermanos, amigos, padres, empleadas u otros?
- ¿Cuántas horas de consumo diario de televisión tienen los niños objeto de estudio?

La encuesta es un cuestionario individual estructurado de preguntas cerradas de opción múltiple y dicotómica, que incluye escalas nominales, ordinales, de porcentaje y de frecuencia.

Muestra: 301 sujetos, residentes en la ciudad de Cali, escolarizados, de estratos 3, 4 y 5, en edades comprendidas entre 6 a 12 años. De los cuales 52 pertenecen al Colegio Hispanoamericano, 135 a la Institución Educativa Técnica de Comercio Santa Cecilia con sus sedes de básica primaria: República de Francia, Republica de Brasil y Brisas de los Álamos y las restantes 114 encuestadas fueron realizadas en las viviendas y lugares públicos donde permanecen los niños objeto de estudio.

Población: El total de la población de niños en Cali entre los estratos 3, 4 y 5 es de 107.410 individuos.²¹

Nivel de confianza 95% - Margen de error: 4.89%

²¹ Documento Cali en cifras 2005. Alcaldía de Santiago de Cali. Departamento Administrativo de Planeación Municipal, 2005. p. 21- 22.

7. RESULTADOS

7.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Durante la FASE 1 de la investigación se determino:

- De los 10 niños observados, 5 empiezan a ver televisión a eso de las 5:00 AM los días de semana, esto mientras se visten y desayunan para irse al colegio; cuando prenden el televisor buscan canales de dibujos animados, otros ven el programa Muy Buenos Días, que es un magazín, hasta que llega el transporte escolar. Los padres hacen lo propio en el televisor de su cuarto.
- La mayoría de los niños llega del colegio entre la 1:00 y las 2:30 de la tarde. Solo 1 de los 10 niños observados llega e instantáneamente prende el televisor; el resto llega, se ponen cómodos y después de una media hora de descanso prenden el televisor, eso es entre la 1:40 PM y las 2:30 PM; en semana optan por hacer zapping y gracing como estrategias para ver sus programas favoritos.
- En general tanto niños y niñas ven en semana programas donde se muestran personajes heroicos que salvan a otros o al mundo de peligros como: Los Power Rangers, El Club Winx, Jake Long el Dragón Occidental y Save Ums!.

Dibujos animados donde se muestra el compañerismo y el trabajo en equipo para solucionar problemas como en ¡que hay de nuevo Scooby Doo!, Martín Mystery, Recreo, Backyardigans, KND los chicos de barrio, Harry y su Cubeta de Dinosaurios. Además ven programas donde se muestran situaciones aparentemente complejas con soluciones simples como en Soy la Comadreja y Lazy Town y dibujos animados donde ponen a volar su imaginación con personajes que nunca se lastiman o mueren porque están dotados de habilidades asombrosas o mágicas: como en Bugs Bunny y el Pato Lucas, Los Padrinos Mágicos, Bob Esponja.

Los niños alternan este tipo de programas enfocado al publico infantil con series y programas no animados como Zapping Zone, Drake y Josh, Es tan Raven, Zack y Cody, Factor X, Padres e Hijos, La Hija del Mariachi, Hasta que la Plata nos Separe y Chiquititas, que trabajan temáticas y conflictos propios de la vida adolescente y adulta, situaciones que aun no hacen parte de su vivenciar diario, pues apenas están dejando la etapa preoperatoria, la del niño que asimila su entorno y recopila vaga información, para dar el gran salto a la etapa de la operaciones concretas; su psiquis no esta preparada para ordenar de manera lógica y coherente la saturación de tanta información ajena a su yo.

- Durante la semana, solo tres niños se acuestan antes de las 10 en punto. La mayoría se cuesta entre las 10:30 y 11:30 de la noche y se nota poco interés de los padres en que los niños se acuesten temprano: los niños estarán despiertos mientras los padres también lo estén.
- En fin de semana los niños madrugan como si tuvieran que asistir a clase: 6 de ellos se levantan entre 6:30 AM y 7:30 AM el resto se levantan entre las 8:00 AM y las 9:00 AM y lo hace para ver televisión o jugar video juegos.
- Los sábados y domingos, los niños desayunan, almuerzan y comen frente al televisor. Generalmente combinan zapping con gracing, es decir que ven por lo menos tres programas al tiempo y cambian de canal justo antes de los comerciales, hacen esta actividad de saltar entre canales debido a la cantidad de tiempo de canales, de tiempo y a la falta de control.
- Sus padres argumentan que no los dejan salir demasiado por la creciente inseguridad por lo que el tiempo que ellos están con otros niños para salir y jugar y divertirse al aire libre es muy poco; su escape al aburrimiento es pasar varias horas seguidas frente al televisor y el computador y por consiguiente la temática de los programas muchas veces no importa: ven desde Quien Quiere Ser Millonario hasta los Videos Divertidos de Animal Planet que trabajan dos enfoques diferentes: el uno es un concurso del que sea el más inteligente y el otro muestra videos de mascotas haciendo cosas que los dueños consideran graciosas.
- En fin de semana, además de ver sus canales y programas favoritos, ven Los Simpsons y series animadas para adultos en FOX, películas en Warner Channel y videos musicales de MTV, MV Channel y Son Latino, así como documentales de Animal Planet y programas de concurso, las franjas "infantiles" en horas de la mañana y películas en los canales RCN y Caracol. Esta sobre exposición frente al televisor esta dada por la cantidad de tiempo extra que tienen: no hay deberes ni tareas y no hay que madrugar.
- Durante el fin de semana es un caos seguirles la pista, en especial en los momentos que no encuentran algo que les interese, que los atrape, duran menos de 3 minutos en cada canal, cambiando continuamente en búsqueda de algo que rete su imaginación o que despierte sus sentidos en busca de respuestas y soluciones a alguna tediosa situación, esto sumado a que en fin de semana no tienen que asistir a clases, los niños pueden durar hasta las 11:30 ó 12 de la noche viendo televisión, ya que es más probable que los venza el sueño o la fatiga visual que el límite impuesto por los padres para que se vayan a dormir; como en muchos casos el niño tiene televisor en su cuarto el hecho de enviarlos a dormir no es garantía de que no sigan con la pantalla prendida, lo que demuestra la falta de control.

- Además, con esta intromisión no participativa en estos 10 hogares, pude comprobar que de cada 5 programas que los niños ven, 1 no fue concebido para el público infantil, en especial las novelas, los noticieros, los videos musicales, los realities, los simpsons, etc. Se infiere entonces que, los niños no ven solo programas infantiles, ven una mezcla de programas diseñados para un público adolescente y adulto, con situaciones y cuestionamientos que no son de fácil comprensión para el razonamiento y el desarrollo psico-emocional infantil.
- A pesar que los padres, tíos, hermanos y empleadas del servicios están en casa cuando el niño ve televisión, los pequeños están solos frente a las múltiples pantallas a las que tienen acceso, pues los adultos no aportan compañía ni orientación alguna, por el contrario, con ellos en casa el niño a veces se ve forzado a ver los programas que los adultos quieren, porque este se impone y exige ver lo que desea.

FASE 2

En el segmento de población infantil con el que se realizó la investigación, se estableció que:

- De los 301 encuestados, 141 que representan el 46% están entre los 8 y 9 años; 107 que corresponden al 36% tienen entre 10 y 12 años; y 53 que son el 18% están entre los 6 y 7 años.
- El 51% de los encuestados entre 6 y 7 años pertenecen al género masculino.
- De los 107 sujetos encuestados que tienen entre 10 y 12 años el 55% pertenecen al género femenino.
- De los 141 encuestados que pertenecen al rango de entre 8 y 9 años, el 58% son niñas.
- El género más frecuente fue el femenino con 167 niñas encuestadas que representan el 55% del total de la muestra.
- El 43% de los encuestados de 6 y 7 años residen en estrato 3; y el 36% en estrato 4.
- De la población infantil encuestada entre 8 y 9 años, el 44% vive en estrato 3 y el 40% en estrato 4.

- De los niños de 10 a 12 años, el 44% residen en estrato 4 y el 42% en estrato 3.
- La mayoría de los encuestados, el 84% residen en los estratos 3 y 4, sólo el 16% vive en el estrato 5.
- El 32% de los niños están cursando el grado quinto mientras que el 12% esta en primero. En general la mayoría de los encuestados están básica primaria, solo el 5% esta en sexto. Según Piaget y Vigotsky, el rango de edad ideal para iniciar la formación escolar es a partir de los 6 años, dado que en esta edad se inician grandes cambios psicológicos, físicos y mentales para que el niño se prepare para asumir los retos que implica entrar al colegio.
- La conformación familiar de los niños entre 6 y 7 años está compuesta principalmente por mamá y papá en un 60%, seguidos por aquellos que viven solo con el papá que representa el 12%.
- De los 141 encuestados de 8 y 9 años, el 64% viven con mamá y papá; y el 14% solo viven con la mamá.
- El 54% de los niños encuestados entre 10 y 12 años viven con mamá y papá. Cifra más baja que en las dos edades anteriores pues ahora son más lo niños que viven solo con la mamá, 26%.
- 42% de los 129 encuestados de estrato 3 tienen dos televisores; 42% de los 123 pertenecientes a estrato 4 tienen dos televisores; y el 33% de los que viven en estrato 5 tienen entre dos y tres televisores. Sin importar a que estrato socioeconómico pertenezcan, en los hogares de los niños encuestados la gran mayoría tienen por lo menos 2 televisores en casa.
- En cuanto a los aparatos que tienen en los hogares, sorprende constatar como la tecnología avanza y deja todo lo que un día fue revolucionario tras su paso, pues antes en gran parte de los hogares colombianos de estratos 3 en adelante tenían VHS, ahora la historia cambia. De los 301 niños y niñas encuestados solo el 10% tiene VHS en cambio el 80% si tienen DVD; el 75% de los encuestados tiene computador y el 66% tiene acceso a Internet; el 94% de la muestra tiene juegos de video (play station, game cube, Xbox, etc.) y el 84% de todos los encuestados tienen televisión por cable, el 15% televisión satelital y solo 3 individuos NO tienen estos servicios, lo que podría clasificarse como antena de aire.
- 98 de los 301 encuestados tienen a Visión Satélite como su empresa prestadora de servicios de televisión por cable; 66 a Cable Unión y 63 a Cable Pacifico. Todas

estas empresas brindan paquetes “sencillos” que constan de por lo menos 80 canales, lo que ofrece amplia gama de temáticas y programas.

- A Directv y a Sky, solo 44 niños los tienen como cable operadores. Estas empresas ofrecen el doble o hasta el triple de canales que las anteriores empresas lo que implica más oferta de entretenimiento para el televidente.
- Durante los días de semana tanto las niñas como los niños leen o estudian, hacen deporte o actividades culturales y hablan con los amigos ya que son actividades que se llevan a cabo, generalmente, en el colegio como tarea o complemento de la rutina de estudio. Ven televisión en muy baja frecuencia: 16% las niñas y 10% los niños, gracias a las restricciones de los padres.
- En el fin de semana las niñas prefieren, descansar y ver televisión; los niños se dedican a los mismos menesteres cuando no están estudiando: juegan al aire libre, ven televisión y descansar.
- Entre las actividades que realizan tanto en semana como en fin de semana cabe anotar que: las niñas prefieren ver televisión, descansar, escuchar música y conversar con amigos para alejarse un poco de las obligaciones escolares y relajarse; por su parte los niños ven televisión, descansan y juegan juegos de video como actividades que más les gustan realizar.
- A 200 de los 301 niños encuestados, que son el 67%, sus padres les ponen límite para ver televisión en semana puesto que están en tiempo escolar y deben hacer tareas, repasar los deberes y levantarse temprano al otro día.
- Sin embargo, todo cambia durante el fin de semana: en el 75% de los casos los padres no ponen límite de tiempo a sus hijos para ver televisión ya que no hay que madrugar ni deberes inmediatos con los que cumplir y porque este es un tiempo para que el niño se “divierta y descanse”. Esta falta de control se maneja, en muchos hogares, como premio para los niños por los logros obtenidos en la semana en el colegio.
- En las vacaciones solo el 12% de los padres ponen límite de tiempo para ver televisión, puesto que las vacaciones de padres e hijos rara vez concuerdan, los niños permanecerán mucho más tiempo junto al televisor en esta temporada que cuando están en el colegio, la media jornada que dedican a estudiar la tendrán libre en casa sin control para jugar Nintendo, solitario en el computador y ver mucha más televisión.
- Los lunes, martes, miércoles y jueves los niños frecuentemente ven un promedio de 3.5 y 4 horas de televisión, por ser los días en que el estudio es más pesado y

que deben estar cumpliendo con las labores del colegio; pero los viernes todo cambia, por ser víspera de fin de semana, no hay tareas ni que madrugar los niños en promedio entre 5 y 6 horas de televisión. Los sábados y domingos pasan más de 6 horas frente al televisor. Estos resultados confirman algo que ya sabíamos: los niños ven mucha más televisión durante los fines de semana dada la falta de control y la cantidad de tiempo libre con el que cuentan.

- De los 301 encuestados, 170 que corresponde al 56% realiza zapping como estrategia para ver televisión; 75 que son el 25% realizan gracing; 35 niños que son el 12% del total de la muestra realizan surfing y 20 que son el 7% hacen flipping. En este caso no hay diferencias entre géneros y edades, ya que muchas veces hasta combinan estas estrategias para aprovechar al máximo los programas y los canales a los que tienen acceso. Las niñas generalmente buscan programas con personajes femeninos ya sean heroínas o, personajes muy tiernos, “glamorosos” y sensibles con lo que se sientan identificadas en contextos que las hagan imaginarse a sí mismas en esas situaciones; en contraparte, los niños buscan programas con personajes que luchan contra el mal o villanos, que puedan ser un modelo heroico a imitar y que tengan ciertas habilidades especiales para desenvolverse en la sociedad con una doble personalidad.
- Dado a que los padres salen a las 6:00 AM a trabajar y no regresan hasta altas horas de la noche no sorprende encontrar que en los días de semana: por la mañana y por la tarde el 78% de los encuestados ve televisión solo y por la noche solo el 17% ve televisión junto a mamá y papá. La desintegración tanto social como familiar ha afectado dramáticamente la composición de los hogares en Colombia; cada vez son más las mujeres cabeza de hogar que dejan a sus pequeños con terceras personas para poder trabajar. Esta situación agudiza la problemática del control y la guía para una televisión bien vista.
- Durante el fin de semana, a pesar de que muchos padres están en casa la situación no cambia: en las mañanas el 36% de los 301 niños encuestados ve televisión solo; en la tarde el 24% de los encuestados también permanece solo cuando está viendo televisión; solo en la noche el 39%, que son 102 de los 301 encuestados, ve televisión junto a mamá y papá.
- Tomado en cuenta que de los 301 encuestados, el 56% son niñas y el 44% es masculino, analice la incidencia del género al preferir un canal de televisión.
- Cartoon Network: 47% son niñas y el 38% niños, la diferencia no es mucha puesto que es un canal de solo dibujos animados que muestra contenidos muy variados y programas que abarcan cualidades y emociones presentes en ambos sexos.

- Disney Channel: 34% niños y 60% niñas, me sorprende esta diferencia tan marcada, de casi el doble, pues es un canal infantil que no discrimina entre géneros, tal vez la preferencia de la niñas por este canal se debe a que emite programas y películas con actores reales e ídolos pop y trabaja temáticas sensibles, “adolescentes”, y como en muchos casos las féminas tienden a madurar más tempranamente que los niños eso explicaría su predilección por tratar de saber las problemáticas que aquejarán su pubertad.
- Discovery Kids: 43% niñas, 29% niños y 28 % ninguno. Este es un canal que trabaja formatos atractivos para los niños en etapa de desarrollo: Barney esta enfocado a los niños y niñas que están experimentando el lenguaje “simbólico”, a aquellos que necesitan repetir una y otra vez la acción para fijarla, con edades que oscilan entre los 2 y los 7 años; sin embargo para las niñas por ser más sensibles y tiernas encuentran atractivos algunos programas aún a los 10 años.
- Boomerang: 31% niños y 42% niñas. En este canal no hay una diferencia significativa, ambos géneros gustan de él y se divierten viendo sus programas.
- Jetix: 31% niñas y 45% los niños. Este canal si tiene una marcada preferencias por los programas con contenidos enfocados más hacia los varones, con héroes y villanos, buenas dosis de combates y peleas, por lo que no es de extrañar que en este caso son los niños quienes más lo ven.
- Nickelodeon: niños 43% y 45% niñas, en este caso tanto niñas como niños gustan de este canal por sus temáticas variadas desde dibujos animados hasta películas con enfoques multiétnicos y graciosos.
- Animal Planet: 52% las niñas y 40% los niños. Ambos sexos sienten predilección por este canal ya que muestra la vida, el desarrollo y los cuidados de otros seres vivos con quienes compartimos nuestro mundo. Las niñas son más ávidas televidentes de este canal por su simpatía hacia los animales y el afecto que ellas pueden depositar en una mascota.
- Canales RCN y Caracol: las niñas ven en un 51% más estos canales porque ahí pasan muchas de las series y telenovelas nacionales y extranjeras que les gustan ver. Los niños lo ven en menor proporción, solo el 40% de ellos prefieren los programas de Caracol y RCN.
- 91% del total de la muestra, que corresponde a 273 niños, ven otros canales de televisión que no están concebidos como canales infantiles pero que resultan atractivos para los pequeños por sus formatos con contenidos variados, sin cortes comerciales y situaciones muy realistas, que exhiben la verdad del entorno social

y familiar en el que vivimos y los problemas a los que nos enfrentamos los adultos.

- De los 273 niños que ven otros canales, el 38% ve Hallmark y Superland que son canales netamente de películas infantiles animadas y no animadas; este canal transmite películas aptas para los niños tanto con dibujos animados como con personas de carne y hueso que trabajan los valores, el animismo de objetos familiares para ellos, el respeto mutuo, la risa, los lazos afectivos, la amistad y la familia, puntos importantes en las relaciones psico-afectivas que están desarrollando los niños.
- Un 18% de los niños encuestados ve canales como TNT y Cinemax donde se muestran películas de todos los géneros y para todo público; al contrario de los canales pasados, este muestra contenidos muy variados, desde las violentas películas de acción y persecución policial, pasando por las de suspenso hasta las de comedia. Como los niños están en una etapa de ávido aprendizaje, están nutriéndose con experiencias ajenas para compararlas con el entorno que los rodea y así ir dando forma a su propia personalidad.
- El 24% ve el Canal de las Estrellas que es especializado en novelas y series mejicanas, que no brindan un sano referente para los pequeños dado que se manejan temas sórdidos y comunes en los adultos pero no patos para los niños que apenas están iniciando su proceso de construcción de su autoestima y su autoimagen: como el engaño, la envidia, la venganza, el odio, los celos, etc.
- El 36% Total Music, MTV, Canal 13 - Play Tv, MV Channel y Son Latino canales cuya programación esta compuesta solo por videos musicales que los pequeños ven porque están en la onda de que la música no es nada sin el apoyo visual del video; muchos videos contienen imágenes simbólicas incitando al sexo y los niños son susceptibles ante esto ya que están descubriendo su condición sexual, sus preferencias y comportamientos que los diferencian entre géneros.
- El 14% ven Sony y Fox donde pasan series, películas y programas con temáticas netamente adultas, por algo tienen franjas "para el niño que llevas dentro", en estos canales los enfoques están dados siempre desde la sociedad y la cultura de Estados Unidos, Canadá o Inglaterra, situación que puede llegar a confundir al niños, pues es probable que no sienta que su entorno se parezca a aquel en el que él se desenvuelve, no se está identificando plenamente con ello pero si anhela llegar a ser parte de un entorno sociocultural como ese.
- El último 13% ve canales con contenidos más especializados que educan e interactúan con ellos; aunque muchas veces las temáticas están enfocadas a un público bastante adulto, en Discovery Channel, History Channel, Nacional

Geographic, People & Arts y Travel & Living los niños aprenden cosas que talvez no han experimentado por si mismos pero que se ven atractivas y retadoras para saberlas: cultura general, biología, mecánica, botánica, preservación del ambiente e historia.

- Entre los canales nacionales, más del 90% de los 301 encuestados ven solo los canales Caracol y RCN, ningún niño reporto ver canales regionales.
- Los niños y niñas entre los 6 y 7 años crean su programación de televisión de la siguiente manera:
- A esta edad los niños aún presentan rasgos de la primera infancia como el pensamiento egocéntrico. Pare él, todo gira entorno a su persona, juega solo y crea e imita roles a partir de su imaginación que hace parte de la función simbólica; el símbolo se convierte en un signo y código personal solo interpretable y reconocible por el individuo, limitando así su participación juegos y actividades grupales.
- Tanto niños como niñas se inclinan por programas que manejan temáticas centradas en el animismo de objetos con habilidades humanas y de seres fantásticos que en la realidad no existen como sucede en El Club Winx, Las Aventuras de Brandy y El Señor Bigotes, El Maravilloso Mundo de Disney, Los Padrinos Mágicos y Mi Bella Genio. Programas como Zapping Zone, Animal Planet en el Cine y Art Attack estimulan su capacidad de concentración y despiertan su interés por los animales y por perfeccionar sus habilidades manuales.

Gustos de las niñas:

Sin embargo hay programas que solo ven las niñas como: Pucca, Las Chicas Superpoderosas, Maggie una Mosca con Onda, Lazy Town donde predominan las féminas como realizadoras de las acciones, por lo tanto, buscan identificarse con alguna de ellas y apropiarse de sus características. También ven Nick Cine, Manual de Supervivencia Escolar de Ned, Mansión Foster para Amigos Imaginarios, Las Nuevas Locuras del Emperador, Recreo, Jake Long el Dragón Occidental, Backyardigans, Dave el Bárbaro, Pequeños Picapiedra, Crías Salvajes, Reino Animal y Entre Ballenas Asesinas. Las niñas se inclinan mucho más que los niños por programas donde se tratan temáticas que afectan a los adultos: Floricienta, Hasta que la Plata nos Separe, También Caerás, Smallville y Sábados Felices, son muestra de que ellas están viendo programación no apta para un público infantil.

Gustos de los niños:

Por su parte los niños prefieren programas donde hay más acción, héroes y villanos, además de elementos inanimados que cobran vida y son muy resistentes como se evidencia en Spiderman, Power Rangers en el Espacio, Power Rangers Dino Trueno, Code Lyoko, Tom y Jerry, Bugs Bunny y el Pato Lucas. Como a los niños se les enseñan actitudes más rudas y agresivas, por lo que fantasean con la posibilidad de ajusticiara los malos y ser superhéroes con poderes especiales que enfrenten situaciones de riesgo para salvar a sus amigos, a su familia y al mundo. Además ven Especiales de David Attenborough que es un programa que muestra a los animales en su ambiente y enseña como respetarlos.

Ellos ven programas como El Correcaminos, Que Hay de Nuevo Scooby Doo, Gasparín, Bob el Constructor, Jay Jay El avioncito, El Mundo de Elmo, Plaza Sésamo, ¡Ay! Como Duele Crecer, Recreo, ALF, El Librito de la Selva, Ed – Edd y Eddy, Votatoon y Bichos donde presentan situaciones sencillas, de fácil comprensión, pero plagadas de aquel animismo infantil, el avión que vuela solo, el perro que habla, el carro que se mueve por si solo, y de personajes en situaciones escolares o familiares que trabajan en equipo para resolver sus problemas.

Por último registre que ellos no ven telenovelas como tal pero si series y animados que cuestionan la realidad y el entorno sociocultural al que están expuestos: Chiquititas, Futurama, Los Simpson, Sábados Felices son programas que confunden a los niños porque trabajan temáticas fuertes y contextualizadas en el lenguaje de los adultos.

Entre los 8 y los 9 años los niños y las niñas ven principalmente programas animados, una que otra serie no animada y programas que están protagonizados por animales:

En esta edad los niños (as) siguen perfeccionando su habilidad para realizar operaciones mentales más complejas, son capaces de manejar y clasificar de manera lógica secuencias de procesos que se derivan de experiencias previas que el individuo haya experimentado, además empiezan a desarrollar un autoconcepto partiendo del desprendimiento del egocentrismo y de la interacción con los demás. La etapa del animismo esta desapareciendo y consideran que sólo viven los organismos biológicamente vivos. De hecho ambos géneros muestran mucho interés en Videos Divertidos de Animal Planet, Vida de Monos, Caninos de 9 a 5, Animal Planet en el Cine, Especiales de David Attenborough y Zoobomafoo porque son programas que educan, que despejan todas las dudas que tienen los pequeños sobre otros seres vivos y que despiertan el interés investigativo y aportan nuevos conocimientos a su procesos de aprendizaje.

También, niños y niñas, ven Pucca, Tom y Jerry, Coraje el perro cobarde, El Maravilloso Mundo de Disney y Los Padrinos Mágicos, porque son animados que demuestran que hay que saber hacer las cosas con un sentido lógico y analizando siempre las consecuencias de nuestros actos: en los padrinos mágicos, Timmy es complacido en todo lo que desea, generalmente las cosas que él anhela se complican pero siempre hay la opción de solucionarlo todo. Como los pequeños están despertando a una etapa cognitiva más compleja, estos personajes les representan una idea de los que pueden y no hacer y las repercusiones de sus actos en su entorno.

Aún en esta etapa existen diferencias substanciales de gusto televisivo entre niños y niñas.

Gustos de las niñas:

Ellas prefieren armar su programación con programas animados y series no animadas que muestran situaciones que están viviendo los adolescentes que ellas a sus escasos 9 años asumen como parte de su realidad cotidiana: Padres e Hijos, Es Tan Raven, ALF, Chiquititas, Floricienta, La Ciudad Mágica, Bratz, Blanco y Negro; sin embargo, los anteriores programas trabajan implícitamente otros valores como la amistad, la solidaridad, la familia y el apoyo grupal para sortear las dificultades y los inconvenientes en cada capítulo.

Las niñas no dejan por fuera de su plan de televisión a Que Hay de Nuevo Scooby Doo, Clifford y Clifford de cachorrito, Los Thornberrys, Sábados Felices y Los Simpsons. Además ven Bichos y el Club 10 los fines de semana.

Gustos de los niños:

Los niños enfocan más su plan de televisión a temas heroicos y donde se evidencia el trabajo en conjunto para vencer las dificultades. En Las Aventuras de Brandy y El Señor Bigotes, La Radio Libre de Roscoe, Dave El Bárbaro, Scooby Doo y Jackie Chan la temática de los héroes que sortean los obstáculos con un poco de imaginación y con la ayuda y compromiso de su familia y amigos, demuestra la importancia y la imperiosa necesidad del individuo por congraciarse con otros para sobrevivir en la sociedad: Dave es un bárbaro fuerte y grande pero cobarde y miedoso, por lo que constantemente se ve en aprietos para vencer a los malos pero como su familia y amigos se unen para hacerle frente a los diabólicos planes de Chackels el cerdito, siempre gana.

Ellos están dando los primeros pasos para construir su autoestima y autoimagen, así que las representaciones que tengan de sí mismo y de las personas que les

rodean son vitales para sentir que encajan en su entorno social y familiar. Programas como Las Sombrías Aventuras de Billy y Mandy, Mansión Foster para Amigos Imaginarios, Los Locos Adams y La Robot Adolescente, muestran situaciones inverosímiles, personajes raros y poco convencionales, con aparentemente nada en común, que encajan en la realidad cotidiana y que son apreciados por como son, lo que hace que los niños se cuestionen sus valores y la imagen que tienen de si mismos y de los demás; ellos también ven la franja infantil de los canales nacionales durante el fin de semana, Bichos y Club 10, ya que son programas que les permiten opinar y ser partícipes de las acciones que ahí ocurren.

Bugs Bunny y el Pato Lucas, Calliou, Chapulín Colorado y Bichos siguen siendo clásicos de entretenimiento para los chicos, pues son programas de fácil comprensión y con bajos niveles de violencias, a excepción de las caricaturas de Warner que apelan a los golpes y explosiones con TNT para hacer reír.

Los niños de esta edad, al igual que su contraparte femenina, ven muchas series y programa que están pensados para un publico adulto; lo hacen con poca o ninguna supervisión. Estos programas: Hasta que la Plata nos Separe, Sábados Felices, Los Simpson y Futurama, manejan muchos antivalores y vivencias del entorno adulto desencadenando dudas sobre actitudes y comportamiento aceptados o no a nivel social y como el niño de 8 y 9 años aún no ha desarrollado su propia identidad, siente que ejecutando muchas de estas acciones esta subiendo un peldaño más hacia la construcción de entorno y de su propio autoconcepto.

Los pequeños de 10 a 12 años no difieren mucho en su gusto televisivo comparado con los de edades menores.

En esta edad, los niños (as) comprenden que pueden colocarse en el lugar de los otros y como ya no actúa de manera absolutista frente a los juicios, puede concebir más de un punto de vista, valorando sus propias opiniones y las de los demás, y elevando sus capacidades cognitivas y de relacionamiento interpersonal a un nivel más desarrollado.

Como programas que tienen en común las niña y niños entre los 10 y 12 años se destacan aquellos que les muestran un visión del país y entorno en el que están creciendo: Sábados Felices, Los Simpsons y Hasta que la Plata nos Separe muestran situaciones vivenciada por los adultos y las repercusiones de estas en el entorno que los rodeo. A esta edad, ellos ya están en capacidad de analizar que esta bien y que esta mal; además comienzan a apropiar con mayor facilidad las representaciones para crear un YO ideal que encaje con lo que muestran los

programas de televisión. Esto muchas veces desencadena una batalla interna entre lo que los niños anhelan llegar a ser y lo que realmente son en la sociedad.

Otros programas siguen siendo vistos por los pequeños solo con el fin de divertirse: Que Hay de Nuevo Scooby Doo, Tom y Jerry, Los Padrinos Mágicos, El Club del Dormitorio, Bichos y Club 10 dejan que los niños jueguen con su imaginación y refuercen los lazos que han venido estableciendo con sus pares desde los inicios en la escolaridad ya que en estos programas, los niños o adolescentes son el centro de las historias, son quienes viven la emoción y son quienes solucionan muchos de los problemas de los demás. Además el niño de esta edad esta ávido de nuevos retos y desafíos de aprendizaje, aunque él no lo sienta así. Programas como Entre Ballenas Asesinas, Practica Veterinaria, De Casta le Viene al Perro, Animal Planet en el Cine, Vida de Monos El Show de la Naturaleza, Caninos de 9 a 5, Vida de Monos, Animal Planet en el Cine, despierta en los niños su curiosidad por aprender, por desarrollar un instinto investigativo para responder los diversos interrogantes que se pueden presentar en su vida cotidiana y en la interacción que tenga con otros seres vivos.

Gustos de las niñas:

Ellas prefieren ver programas no muy violentos. Elijen caricaturas y series no animadas donde se evidencia la camaradería de los personajes entre si y donde el apoyo de El Maravilloso Mundo de Disney, Coraje el Perro Cobarde, Clifford, Clifford de Cachorrito, Backyardigans, Las Aventuras de Brandy y El Señor Bigotes, Recreo, Las Chicas Súperpoderosas y Chapulín Colorado,

La Familia Munster, Los Locos Adams y La Pequeña Lulú. A las niñas les gustan estos programas porque identifican elementos que hacen que entren a cuestionar su identidad y la imagen que tienen de si mismas; ver como las diferentes personalidades y característica físicas de los protagonistas de estas series se toleran y cooperan entre si, les otorga mayor madurez a nivel cognitivo, físico y emocional.

Además ellas ven programas donde sientan que lo que ahí sucede es lo mismo que alguna vez le ha pasado y donde hablan su mismo idioma: Zapping Zone, Bichos, Floricienta, Es Tan Raven, Art Attack,

Gustos de los niños:

En los varones las temáticas televisivas a esta edad son completamente diferentes. Adoran los programas que retan la afásica y la lógica, donde abundan monstruos, y los sucesos ocurren en una dimensión desconocida: Zoey 101, Power Rangers Tormenta Ninja, 31 Minutos, Los Disfraces de Dougie, Power

Rangers Dino Trueno, Jake Long el Dragón Occidental, Película Boomerang, Get Ed están conectados con las necesidades de los niños de resolver acertijos y situaciones a la velocidad de la luz. Estos programas, aunque exponen a los niños a cierto grado de agresión y fijación, también retan al televidente a ser más rápidos que ellos para dar solución al problema planteado en el programa.

Programas como El Mundo de Beakman y Zoobomafoo hacen que los chicos exploren sus capacidades creativas internas y que se reten a si mismo a probar lo que no conocen estableciendo así conocimientos que derivan de la captación a través de los sentidos y de la práctica.

New Scooby and Scrappy Doo Show, Bugs Bunny y el Pato Lucas, ALF, Dragón Tales y Futurama , son algunos de los otros programas que ven los chicos para relajarse y distraerse mientras están en casa.

8. CONCLUSIONES

Durante mi formación como publicista siempre presencié el gran poder que tiene la televisión para mostrar, informar, entretener, vender, imponer modas e, incluso, transformar la vida y los comportamientos del público por lo que a través de ella ven y aprenden.

De cierto tiempo hasta la fecha, el medio publicitario empezó a darse cuenta de la fuerza y la importancia que estaban tomando los niños como audiencia y mercado de los productos y “modelos que vende el cine y la televisión. A partir de ahí se generó toda una carrera para conocer, descifrar los gustos y las preferencias de los niños para saber como complacerlos.

Los innumerables productos y accesorios derivados de series de televisión y películas son la muestra más clara de lo que estoy hablando: maletines, relojes, termos, carpas, cobijas, pijamas, juguetes, es decir, merchandising. Los niños pasan horas frente al televisor viendo sus programas favoritos, aprendiendo sobre sus personajes e imitándolos en muchas cosas que usan o hacen, lo que los convierte en una mina de oro para los fabricantes licenciados de los productos con personajes de los cartoons con marca registrada de Disney, Nickelodeon, Jetix o Cartoon Network, pues para un niño o niña tener todo los productos de su personaje favorito es un símbolo de reconocimiento, de popularidad y de estatus frente a sus compañeros y amigos.

Del análisis de resultados de la presente investigación puede inferirse que:

- Los niños utilizan infinidad de estrategias para estar frente al televisor, en muchos casos se encuentran frente a una pantalla pero no viendo programas de televisión, si no que están con las consolas de los modernos juegos de video pasando nivel tras nivel y quedando absortos frente a las imágenes bidimensionales de la pantalla del computador.
- Los niños construyen magistralmente su propio plan de televisión: ven hasta dos y tres programas al tiempo (hacen gracing): pueden ver Mansión Foster para amigos imaginarios, Floricienta y Los padrinos mágicos a la misma hora y entender perfectamente la trama y de qué trata cada uno.
- Además, pareciera que memorizaran las parillas de programación de cada canal porque son muy hábiles pasando de uno a otro cada vez que hay cortes comerciales, es decir que hacen zapping.
- El niño evita en la medida de lo posible los comerciales y la pauta publicitaria que emiten durante los programas que están viendo, por lo tanto así sean comerciales

enfocados al público infantil los niños no los ven o se pierden la oportunidad de verlos.

- Las estrategias que menos manejan para ver televisión son surfing – la utilizan cuando quieren ver solo dibujos animados, o solo videos, o solo animales, pero es raro que esto se de porque siempre combinan – y flipping ya que a penas 7% de los encuestados hace regularmente un barrido de canales y no se queda en ninguno; por el contrario, lo niños y niñas ya tienen sus canales preestablecidos y no necesitan estar buscando otros, para llegar al que quieren ver.
- Cabe anotar que hay muchos programas que son emitidos por varios canales, para mi sería algo estresante ver tantas veces en el día el mismo programa, pero para un niño no. Son capaces de ver tandas completas de: El Club Winx, Los Padrinos Mágicos y Scooby Doo, todos estos presentes en por lo menos tres canales de televisión, así repitan el capítulo, ellos lo vuelven a ver.
- Desde que se levantan y se alistan para ir al colegio los niños, o sus padres, prenden el televisor para que les haga “compañía” hasta que llega la hora de irse. En promedio los niños ven una hora u hora y media de televisión antes de las 8:00 a.m. en semana, y los programas que generalmente ven son dibujos animados y los magazines mañaneros de los canales nacionales dado que muchos, a esta hora, ven televisión con mamá o la empleada.
- En mucho de los canales infantiles, solo la programación de la franja de la mañana es esta enfocada a niños y niñas menores de 7 años, en horas de la tarde, muchos de los canales cambian de temática y pasan a series con niños y preadolescentes de carne y hueso en conflictos algo inverosímiles, realizando cualquier cantidad de travesuras y peripecias sin ningún control, además pasan películas donde abordan temas como el romance, las peleas y venganzas entre niños lo que NO es un sano referente para el desarrollo moral y social del niño.

Por lo tanto, los niños ven toda la programación y toda clase de televisión, la franja infantil muchas veces no existe; pues los niños navegan por los canales creando una nueva franja multitemática donde pasan de novelas a animados y de documentales a películas en cuestión de minutos.

- Un altísimo porcentaje de los niños encuestados, más del 90%, ve canales NO INFANTILES, que aunque catalogados como aptos para todo público como los canales: de videos, de películas o los especializados en viajes, no aportan modelos socio-culturales realistas, que estén presenten es su entorno y que abordan temáticas muy complejas para ellos. Los niños ven en los canales extranjeros muchas culturas, valores, comportamientos y lenguajes que en

muchos casos no aplican a nuestra realidad colombiana. Para nombrar solo un ejemplo: las series estadounidenses muestran generalmente una familia clase media, con innumerables facilidades y comodidades, con problemas solucionables “rápidamente”, y utilizando muchas veces el trasfondo del humor negro para explicar la verdadera realidad del ciudadano americano promedio. Este tipo de programa no son de fácil comprensión para los niños que están en una etapa de desarrollo, ellos asimilan todo como lo ven y perciben, ellos no descifran el trasfondo humorístico y sarcástico de aquellas las situaciones.

- Gracias a que la gran mayoría de los niños, independiente del estrato, tienen como mínimo dos televisores en casa, ellos deciden que quieren ver y hasta que hora ven. Esto conduce a que los niños y niñas consuman televisión en cifras alarmantes; aunque en semana, gracias a que pasan media jornada en el colegio, solo ven cerca de 4 horas diarias, los fines de semana el tiempo aumenta a pesar de que los padres y otros adultos están casa para poner limites, al punto de que hay registros de niños que ven más de 7 horas de televisión.
- Los niños cada día están más solos y esto lo reflejan las preocupantes cifras arrojadas en esta investigación donde se evidencia que solo en las noches y durante los fines de de semana los niños tienen las compañía de sus padres o de un adulto para ver televisión. La población infantil ve televisión sola, es decir, puede que hayan otras personas en su casa pero nadie está con ellos para controlar los programas que están viendo; otras veces los pequeños ven televisión con la empleada, los hermanos y con los amiguitos quienes no son personas idóneas para explicar la temática y contenidos de los programas. Lastimosamente, los padres se escudan en la falta de tiempo y el exceso de trabajo para NO hacer una retroalimentación sobre la falta de tiempo para aclarar las dudas sobre lo que muestra la televisión y la interpretación que debe hacerse de la misma.
- Aunque entre los niños encuestados hay un alto porcentaje que vive con papá y mamá, las familias monoparentales o compuestas por miembros diferentes a los padres va en aumento, pues cada vez hay más niños que quedan a cargo de abuelos, tíos y hermano como solución cuando los padres se separan, trabajan o viajan al extranjero a buscar horizontes.
- Cuando no están estudiando tanto niños como niñas conversan con sus amigos, escuchan música, realizar algún deporte, descansan y ven televisión, lo que demuestra que los niños se relacionan con sus pares y juegan con ellos para socializar, para sentir que son parte de un grupo. Sin embargo, de lunes a viernes, dadas las obligaciones escolares tanto las niñas como los niños prefieren estudiar, hacer alguna activad cultural, practicar algún deporte y dejar un tempito para ver televisión. El fin de semana cambian un poco las actividades. El rey indiscutido es

la televisión, además descansan, escuchan música y juegan juegos de video, específicamente los niños.

- Solo los fines de semana en las tardes y las noches comparten ratos “familiares” al lado del televisor, es decir, ven televisión con sus padres o hermanos mayores; sin embargo esto acarrea la problemática que muchos niños tienen que aceptar los programas para adultos como las telenovelas y seriados, lo mismo que películas no aptas para el universo infantil dado que los adultos del hogar exigen ver “su programación” sin restricciones para los niños.
- Los niños y niñas, más frecuente lo hacen las niñas, ven programas que muestran las problemáticas y dificultades del mundo adulto como las novelas y las series que emiten en prime time los canales nacionales. El bajo consumo de televisión nacional se debe a que no emiten muchos programas con contenidos infantiles, a excepción de los fines de semana en la mañana. generalmente los canales colombianos emiten telenovelas y series nacionales y extranjeras, así como noticieros y magazines, programas que no son muy atractivos para la audiencia infantil.
- Cabe anotar que los niños no reportaron ver ningún canal regional entre sus gustos televisivos, lo que demuestra el desconocimiento de muchos de estos canales entre la población infantil, es probable que ellos los consideren poco atractivos ya que no emiten programas infantiles ni de dibujos animados.
- Esto contrasta con la preferencia de los niños y niñas por los canales internacionales ya que son los que muestran los programas que a ellos les interesan: dibujos animados, películas, videos musicales, documentales y las series de adolescentes con sus ídolos pop del momento.
- Hay muchos canales que emiten el mismo programa en su parrilla de programación, por lo tanto los niños se vuelven expertos a la hora de hacer surfing y gracing al mismo tiempo: pueden ver los Padrinos Mágicos en Disney Channel, Jetix y Nickelodeon en la misma franja horaria. Es decir, que los niños se acomodan a las franjas infantiles de la televisión. Ellos desarrollaron la manera de memorizar horarios, programas y canales para no perder tiempo navegando entre canales para buscar lo que quieren ver, y son realmente expertos en eso, siempre saben, según la hora, que están pasando en “x” canal.
- En la actualidad los programas de dibujos animados y las series adolescentes e infantiles abogan por la igualdad, la diversidad racial y religiosa y la paridad entre ricos y pobres, por lo que las diferencias más marcadas en cuanto a las preferencias que tienen los niños y niñas objetos de estudio por la programación

de televisión están más dadas por la edad y por el sexo que por donde residen, no importa donde vivan, ven los mismos programas.

- Por ejemplo, las niñas de 6 y 7 años prefieren los programas donde hay un componente imaginario o simbólico, donde sientan hay “interacción” con los personajes animados, es decir, aquellos como Play House Disney, los programas matutinos de Discovery Kids y las películas animadas. Además ven muchos canales de animales, novelas y series que presentan los canales nacionales donde manejan varios componentes emocionales para transmitir sensaciones encontradas a los televidentes que siguen la trama. En contra parte los niños de esta edad ven programas más rudos y varoniles como Power Rangers, y películas animadas donde se muestre el bien y mal en conflicto, además de realities y documentales de animales y la franja infantil de los sábados y domingos en los canales nacionales.
- Aunque biológicamente la diferencia no es mucha entre niñas y niños de 8 a 9 años, los varones analizan y piensan de manera muy diferente por lo que estructuran su programación de televisión con programas más futuristas, más enérgicos, que tengan personajes espaciales y con habilidades de superhéroes; prefieren los dibujos animados que muestren un componente muy japonés “el anime”, les encantan los personajes animados que habitan en tiempos y lugares indefinidos que solo ellos entienden muy bien.
- Contrario a los niños que psicológicamente tardan más en madurar, las niñas gustan de ver novelas, series infantiles no animadas que trabajan temas para adolescentes, los realities y dibujos animados como Bratz, Las Chicas Súperpoderosas y Pucca que están enfocados directamente a ellas, así como programas muy femeninos y delicados que traten problemáticas amorosas y de amistad y programas de animales como documentales o series animales y la franja infantil de los sábados y domingos en RCN.
- Entre los niños de 10 años en adelante, el gusto es completamente diferente a los dos grupos anteriores. Es bastante diverso, y muy nutrido ven casi todos los programas ven novelas programas de humor y la franja infantil de sábados y domingos en RCN; buscan programas donde hay más acción y una historia en cada capítulo con inicio, nudo y desenlace: todas las secuelas de Power Rangers, Sonic x, Club Winx y Los Padrinos Mágicos son el tipo de programas que los niños de esta edad prefieren, así como las series y películas sobre niños y adolescentes en situaciones graciosas y románticas como Es tan Raven, Chiquititas o Lizzie McGuire.
- Las niñas de 10 a 12 prefieren ver novelas, series y programas de concurso de los canales nacionales, así como dibujos animados tiernos y elaborados en su

temática artística como programas de Discovery Kids, que están diseñados para niños de menor edad, les gusta ver películas animadas y no animadas que muestren personaje con los que se puedan identificar y con situaciones que ellas puedan apropiarse a su realidad; además de canales especializados en videos y programas de animales.

- Los niños arman un complejo mundo interior alrededor de los programas de televisión que ven, por eso es común escucharlos en sus charlas con los nombres y apodos de sus personajes preferidos e imitando situaciones de los programas que ellos ven, por lo tanto, si el niño no vio el capítulo, y no tiene los accesorios y productos licenciados del personaje de ese programa no puede aportar mucho a la reunión de “fanáticos” y se siente aislado, lo que conlleva con el tiempo a una baja autoestima y a problemas de socialización porque no está en el “mundo” de sus compañeros y amigos.
- Tanto niños como niñas buscan en los programas de televisión, representaciones que les ayuden a construir y modificar su entorno, su realidad cotidiana y su percepción del Yo Real, para sentir que encajan en algo y que son importantes para el grupo al cual desean pertenecer.
- La publicidad ejerce una gran presión en los niños pues gracias a los múltiples objetos de mercadeo desprendidos de las innumerables series televisivas como cards, álbumes, juegos de video y películas DVD hacen que los niños estén constantemente presionados a estar frente al televisor para estar al día sobre lo que está de moda de sus personajes favoritos; y deben comprarlo de inmediato para demostrar que son los más asiduos “fans” del programa; Además, deben saberse casi de memoria la programación para poder aportar y demostrar sus conocimientos sobre los diferentes programas durante las reuniones del recreo o en el parque con sus compañeros y amigos para así sentir que hacen parte de un grupo con intereses y gustos comunes .
- En la investigación se comprobó, en gran parte, lo dicho por la CNTV: "el 50 % de los niños prefiere ver novelas y seriados, mientras el 27.7% ven dibujos animados; las telenovelas colombianas presentan un promedio de 315 escenas violentas por día; los niños dedican más tiempo a ver televisión que a leer; y existe escaso control por parte de los padres sobre los programas que ellos ven".
- A pesar de la evidencia, los mecanismos para hacer cumplir las disposiciones de vigilancia y control no se encuentran todavía en un buen nivel de desarrollo y son múltiples las dificultades que enfrenta la CNTV para aplicar con rigurosidad las normas: La orden constitucional que evita la censura supone que la Comisión sólo pueda realizar "control posterior" al medio, es decir, sancionar sobre programas ya

emitidos; la débil autorregulación de los canales y la falta de comunicación entre éstos y la CNTV produce una ruptura entre las políticas y la realidad evidente en la programación emitida; se suma a esta situación las dificultades para vigilar los contenidos de la programación pública, privada, regional y local.

- Más allá de las cifras y las explicaciones se concluye que en Colombia existe la norma pero no se aplica, existen los lineamientos pero no se siguen; así mismo, que los niños ven todo tipo de televisión y que los padres no pueden ser el mecanismo prioritario de control y vigilancia de calidad de contenidos entre otras razones porque gran parte del tiempo que los niños pasan frente al televisor están solos.
- La base de toda sociedad es un conjunto de valores razonablemente compartidos. Podemos definirnos individualmente como liberales o conservadores, gobiernistas o antigobiernistas; sin embargo, es un hecho que, como sociedad, compartimos un conjunto de valores básicos que nos caracterizan. Entre esos valores están la lealtad, la responsabilidad, la familia, la integridad, el coraje, el respeto por los derechos individuales y la tolerancia hacia la diversidad.
- La televisión ha modificado la naturaleza de la infancia; ha derrumbado muchas de las barreras tradicionales que protegían a los niños de las duras realidades de la vida adulta. Esos niños han estado expuestos a un mundo muy por encima de su capacidad emocional afectando su autoestima, su capacidad de socializar adecuadamente a una cultura social que condena los errados comportamientos violentos, agresivos y compulsivos que promueve la televisión.
- Los niños van adquiriendo su autoestima paralela a las representaciones que construyen desde su visión de la televisión; ellos se apropian del medio y del entorno que la televisión les provee como forma de escape del entorno real en el que viven; la falta de supervisión por parte de los adultos que los dejan horas tras horas jugar con sus consolas de video juegos violentos y bélicos donde la brutalidad no tiene límites y en un país como el nuestro, un país en guerra, los niños deberían estar al margen de todas estas demostraciones de horror y agresividad.
- Así como se organizan escuelas de padres para orientarlos en su responsabilidad y acompañamiento del proceso académico de los hijos, surge la necesidad de ampliar su espectro hacia su preparación para aprender a ver programas de televisión con elementos básicos de interpretación y análisis que puedan disminuir el impacto negativo que deja en los niños y convertirla en un recurso didáctico sin que pierda su objetivo de recreación y diversión.

- Con esta investigación corroboré muchos de los datos que ya otros investigadores habían descifrado sobre el consumo de televisión por parte de los niños. Sin embargo, al detectar las características de un universo infantil específico, sus preferencias y gustos televisivos, hago un aporte al campo publicitario mostrando las cualidades de un público que consume más de 30 horas de televisión semanalmente y que es un ávido comprador de accesorios, ropa, juguetes y otros elementos derivados de programas y series animadas, representando un amplio y diverso mercado que debe ser aprovechado por la publicidad para conectar a las marcas y a sus compradores de manera efectiva.
- Puedo aseverar que la televisión es como un juguete con múltiples funciones apto para todas las edades, con pequeñas piezas que pueden representar peligro para los niños, es decir todos pueden entretenerse con ella pero sin la adecuada supervisión de un adulto puede llegar a ser un verdadero dolor de cabeza para los padres.

9. RECOMENDACIONES

La filosofía popular plantea que los extremos son negativos. No se pueden satanizar los medios masivos de comunicación como engendros que sólo causan daño. Al contrario, lo inteligente es aprovecharlos para dinamizar la realidad, encausar transformaciones que beneficien a un o a unos conglomerados humanos. Exigir programaciones que construyan personas, ciudadanos, sociedad. Esto a través de organizaciones gubernamentales o civiles, de las cuales existen muchas, que pugnan por los derechos de los receptores ya sea de la radio, la televisión o los lectores.

Educad al niño y no tendrás que castigar al adulto es un conocido adagio, que encierra mucho de verdad. Para el caso particular del universo infantil vale la pena esforzarse por lograr para ellos, a través de un lenguaje propio de este segmento, programaciones creativas, lúdicas, educativas, pero ¿cómo lograrlo?

Nuestra región, al igual que otras zonas de Colombia, tiene canal televisivo propio. ¿Por qué no comenzar desde lo micro, - regional -, hacia lo macro, -nacional-, y por qué no, alcanzar la trascendencia internacional?

Las universidades que cuentan con facultades de comunicación, publicidad, diseño gráfico, humanidades; las instituciones que trabajan lo cultural desde el folclor la idiosincrasia, las tradiciones y la identidad, bien podrían responsabilizarse del diseño de propuestas que conjuguen los elementos propios de la identidad cultural, con los valores humanos trascendentes y el reconocimiento de la niñez como etapa donde se fijan con mayor precisión los conocimientos básicos, la formación del carácter, los principios de convivencia y de socialización, todo mediatizado por el juego y el divertimento como recurso básico para atraer y comunicarse con el mundo infantil.

Dada la transformación que ocurre en las conductas del niño, que hoy a los 12 años es casi adolescente, la problemática de delincuencia e inseguridad y la dispersión de la célula familiar que afronta la sociedad de hoy urge llegar a los niños con respuestas a sus inquietudes y necesidades, lo mismo que con actividades para el sano disfrute del tiempo libre y fortalecimiento de sus valores propios como componente esencial de un grupo humano.

El compromiso del gobierno tanto nacional como regional y local es el de responder con obras y acciones a las demandas mas urgentes, reales y sentidas de la comunidad. De ahí que vale la pena lanzar propuestas de convivencia armónica a través de programas televisivos, radiales y periodísticos, respaldados por amplias y exitosas campañas publicitarias, las cuales deben ser financiadas

por el gobierno y la empresa privada. Esto es posible si las propuestas están concebidas y estructuradas de manera tal que impacten y convencen a quienes deben financiarlas.

La Cuota de la Publicidad

Los niños van creciendo y empiezan a comprender que muchas de las cosas que aparecen haciendo los muñecos de sus personajes favoritos en televisión son solo una ilusión, algo imaginario que el muñeco no puede hacer. Por eso es necesario empezar a desarrollar otro tipo de estrategia y de lenguaje publicitario para llegar hasta los niños y niñas objeto de cada campaña para que sientan que son tratado de manera inteligente, en especial cuando el producto es para niños mayores de 7 años, pues a esta edad han dejado atrás gran parte del “imaginario y el lenguaje simbólico” presente en la primera infancia.

Una manera efectiva de ganarle al zapping y una forma más directa de involucrar a los consumidores es el product placement que es un recurso publicitario atractivo y potente y que debutó hace más de 20 años en el cine y que hoy ocupa un lugar cada vez más estratégico en la publicidad televisiva mundial. Como los niños y niñas evitan todo el tiempo los cortes comerciales la propuesta sería incrementar en los programas que ellos ven la presencia de productos y marcas infantiles para asegurar así que cumplan sus objetivos de venta y recordación.

Además, no esta por demás involucrar más allá de un sticker o juguete, a los personajes de sus programas favoritos, manejarlos como voceros de los productos y marcas para que interactúen más con los niños y ellos los sientan más cercanos a su mundo real.

Es claro entonces, que existe un amplio espectro escénico para desarrollar las actividades propias de la publicidad, dirigidas a fortalecer y hacer más grato el desarrollo del mundo infantil como trabajar más hacia el tipo de comerciales que se hacen hoy por hoy para el público infantil.

BIBLIOGRAFÍA

ALIANZA TELEVISIÓN DE CALIDAD. La televisión para niños: de enemigo a aliado. Bogotá, 2000. 83 p.

BANDURA, Albert. Teoría de Aprendizaje Social o Teoría Social Cognitiva [en línea]. Bogotá: La Iniciativa de Comunicación, mayo de 2002. [consultado 26 de octubre de 2006 y 15 de enero de 2007]. Disponible en Internet: <http://www.comminit.com/la>.

CLEMES, Harris y BEAN, Reynold. Cómo desarrollar la autoestima en los niños. Escuela de padres. 6 ed. Madrid: Debare, 1996. 260 p.

DE ZUBIRÍA SAMPER, Miguel. Pensamiento nocional y conceptual. Modulo 5. Bogotá: Fundación Alberto Merani, 1995. 195 p.

Documento Cali en cifras 2005. Alcaldía de Santiago de Cali. Departamento Administrativo de Planeación Municipal, 2005. 76 p.

FUENZALIDA FERNÁNDEZ, Valerio. La televisión que necesitamos. En: Ponencia presentada en el marco del VII encuentro de televisión de la Universidad de Antioquia. Medellín, agosto 21 - 22 de 2003. 94 p.

GARCIA GALERA, María del Carmen. Los valores de la sociedad de ocio y consumo. Televisión, violencia e infancia. El impacto de los medios. Barcelona: Gedisa, 2000. 145 p.

GERBNER, George. Teoría de la cultivación de los medios masivos. Center for Communication Programs 1997. [en línea]. Bogotá: La Iniciativa de Comunicación, septiembre de 2001. [consultado 22 de diciembre de 2006]. Disponible en Internet: <http://www.comminit.com/la>.

Informe de Colombia. En: XIX congreso panamericano del niño. Instituto Interamericano del Niño – IIN. México, 25 al 29 de octubre de 2002. 58 p.

JACQUINOT, Genevieve. La escuela frente a las pantallas. Buenos Aires: Aique, 1996. 172 p.

LIMA, Gabriela. La televisión, los chicos y los padres: un triángulo para pensar [en línea]. Barcelona: Grupo de Tecnología Educativa - Universidad de Sevilla, 2007. [consultado 03 de febrero de 2007]. Disponible en Internet: <http://tecnologiaedu.us.es/revistaslibros/FAMILIA.htm>.

LÓPEZ DE LA ROCHE, Maritza. Los niños como audiencias. Proyecto Infancia y Mujer. Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF). Bogotá: Da Vinci edit, 1998. 193 p.

MARTÍN BARBERO, Jesús. Investigación de los públicos en Colombia. Bogotá: Tercer Milenio, 1997. 140 p.

MCLUHAN, Marshall La comprensión de los medios como extensiones del hombre. 2 ed. México: Diana, 1988. 305 p.

MARTÍNEZ ZARANDONA, Irene. Tres pilares de la educación para los medios, EPM. [en línea]. Méjico: ILCE Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa. 2006. [consultado 11 de diciembre de 2006]. Disponible en Internet: [http:// www. ilce.edu.mx](http://www.ilce.edu.mx)

MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Censo 2005. Boletín 301 febrero 2006 [en línea]. Bogotá, 2006. [consultado 22 de diciembre de 2006]. Disponible en Internet: <http://www.minieducacion.gov.co/>

NIÑO DIEZ, Jaime. Niñez, juventud y televisión en Colombia. Una tarea aplazada [en línea]. Santafé de Bogotá: Comisión Nacional de Televisión, CNTV, 2006. [consultado en 17 de octubre de 2006]. Disponible en Internet: <http://www.cntv.org.co/investigaciones2.html>

OROZCO J, Arturo. Investigación de mercados. Concepto y práctica. Bogotá: Norma, 1999. 178 p.

OROZCO Gómez, Guillermo. La 'audienciación' contemporánea de las sociedades y sus consecuencias educativas. Libro Interactivo Educación para la comunicación. Televisión y Multimedia [CD ROM]. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2002.

PIAGET, Jean. Seis estudios de psicología. Bogotá: Solar, 2002. 201 p.

RINCÓN RODRÍGUEZ, Omar y PEREZ SERNA, Deborah Margarita. La Comunicación, medios y cultura [en línea]: televisión que ven los niños. Santafé de Bogotá: Comisión Nacional de Televisión 1999 – 2000. [consultado 14 de enero de 2007]. Disponible en Internet: <http://www.cntv.org.co/investigaciones3.html>

SCHRAMM, Wilbur. Procesos y efectos de la comunicación en masa. III ed. Florida: Urbana Illinois University Press, 1992. 240 p.

SUNKEL, Guillermo. El consumo cultural en América Latina. 2 ed. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2006. 46 p.

VIGOTSKY, Lev Semenovich. El desarrollo de los procesos psicológicos superiores. Barcelona: Crítica, 1979. 178 p.

ANEXOS

Gráfico 1. Incidencia de géneros

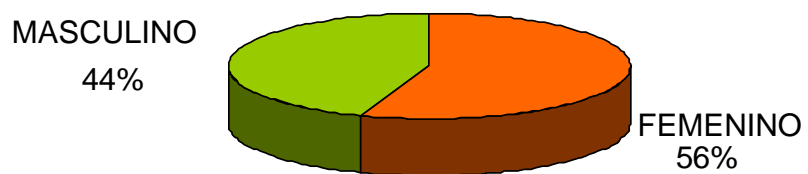


Gráfico 2. Edades

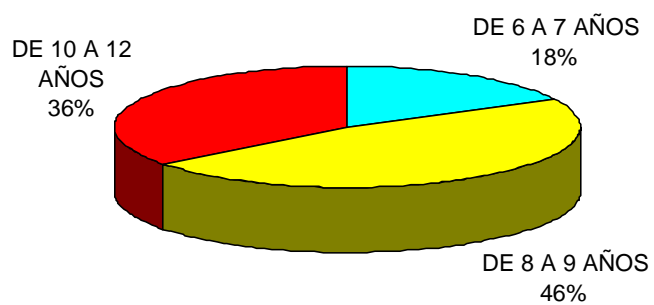


Gráfico 3. Rango de edad de 6 a 7 años

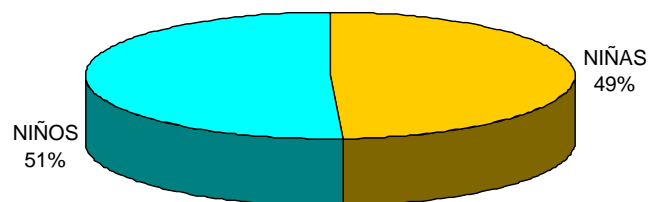


Gráfico 4. Rango de edad de 8 a 9 años

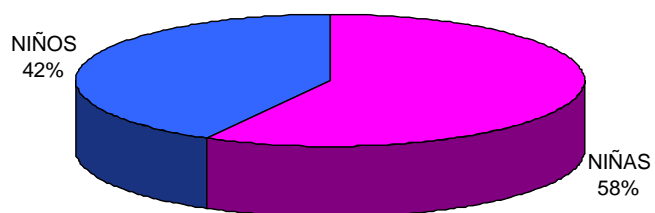


Gráfico 5. Rango de edad de 10 a 12 años

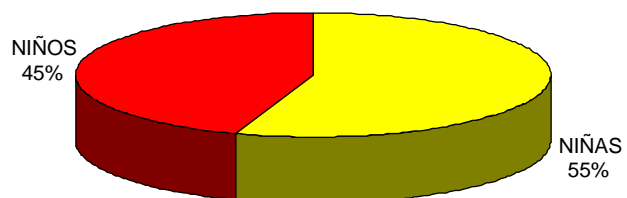


Grafico 6. Estratos

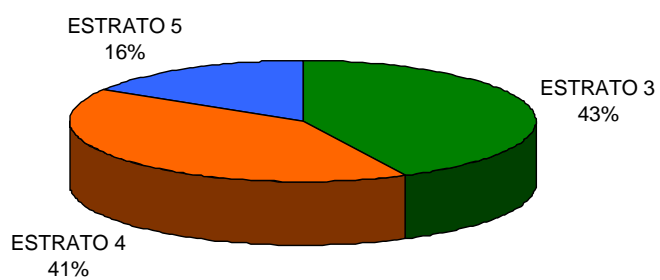


Grafico 7. Estratificación niños y niñas de 6 a 7 años

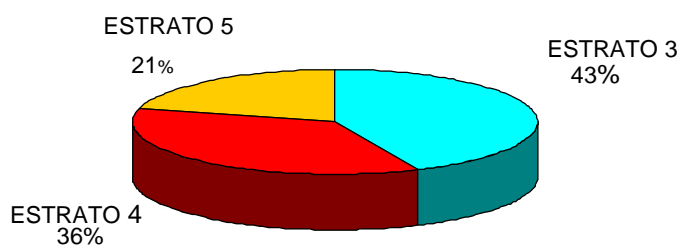
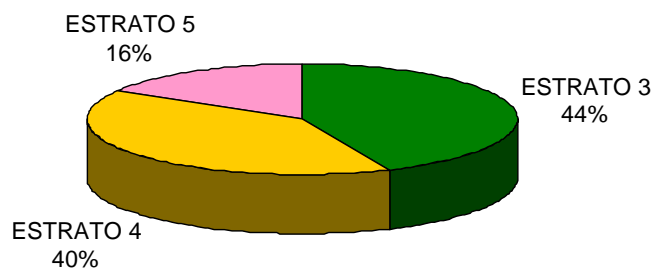


Gráfico 8. Estratificación niños y niñas de 8 a 9 años



Gráficos 9. Estratificación niños y niñas de 10 a 12 años

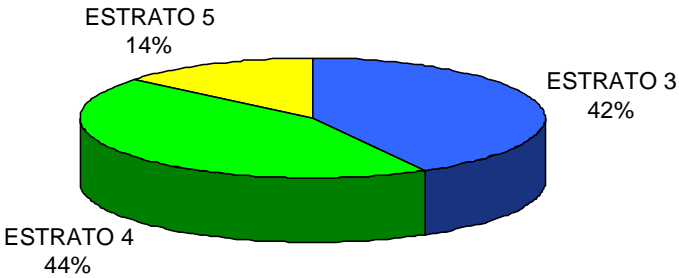
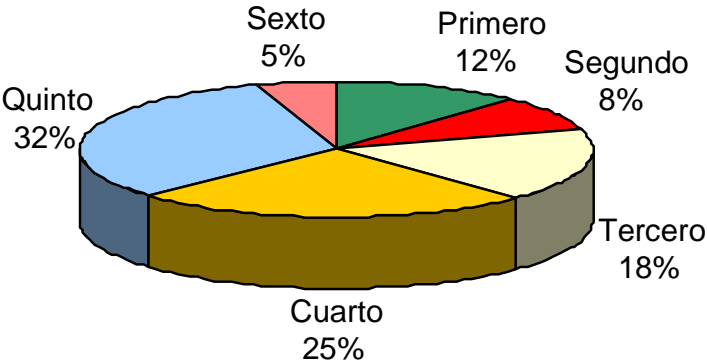


Gráfico 10. Escolaridad



Conformación familiar

Gráfico 11. Niños y niñas de 6 a 7 años

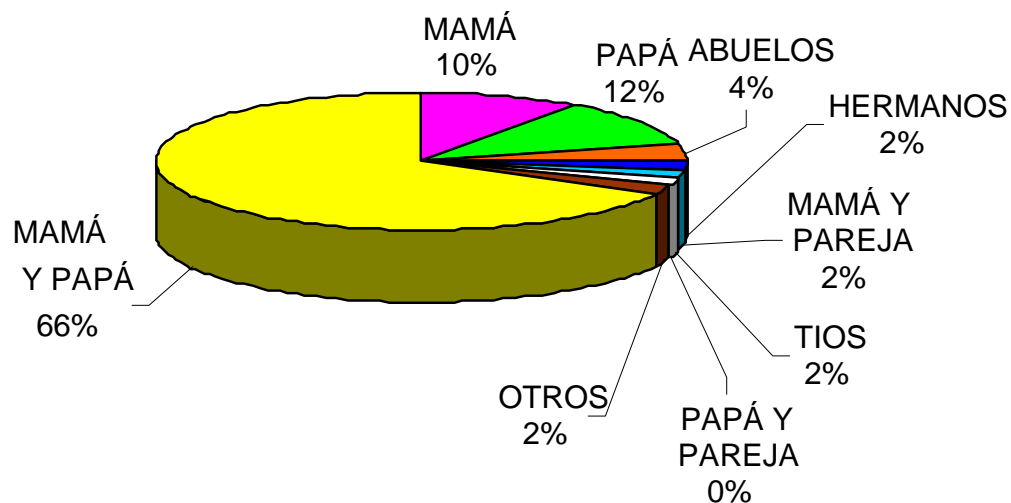


Gráfico 12. Niños y niñas de 8 a 9 años

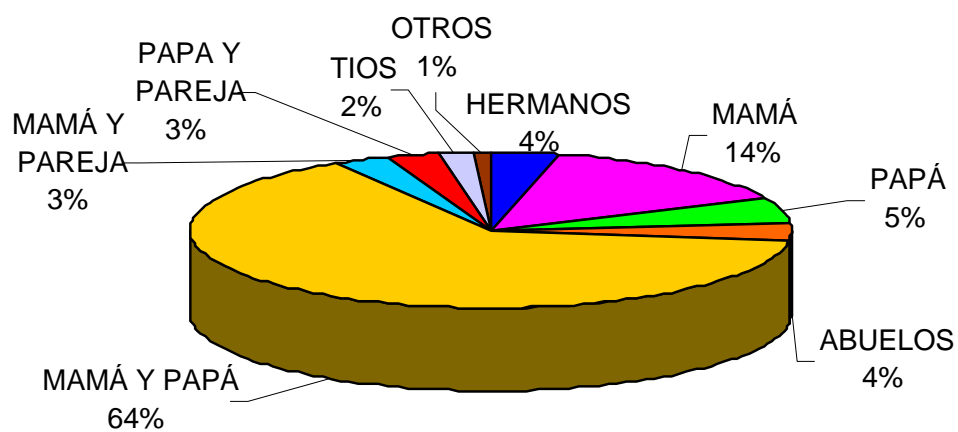


Grafico 13. Niños y niñas de 10 a 12 años

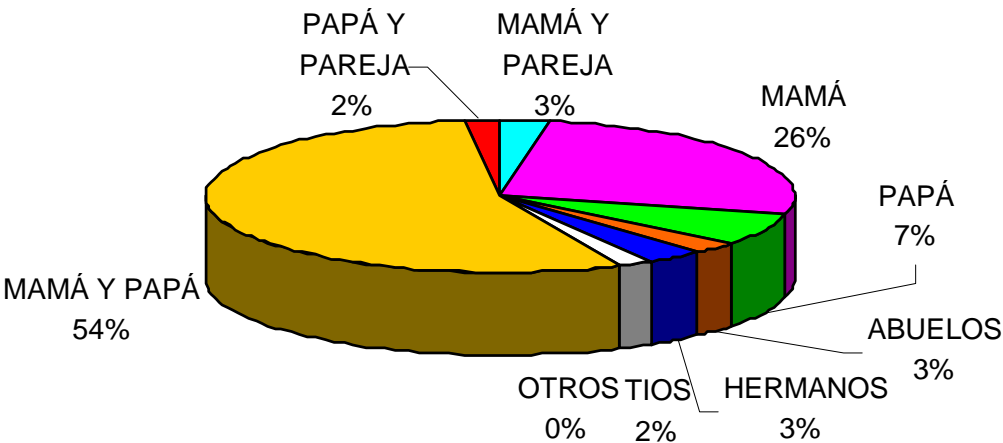


Gráfico 14. Cantidad de televisores que tienen los hogares estratos 3

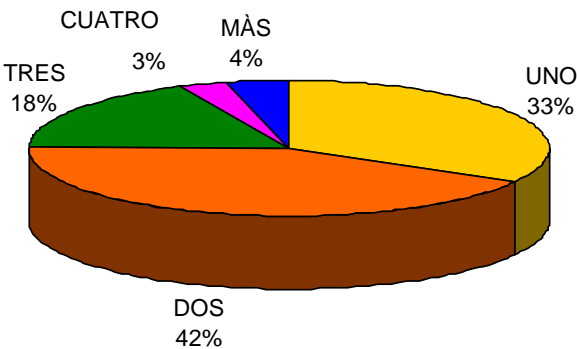


Gráfico 15. Cantidad de televisores que tienen los hogares estratos 4

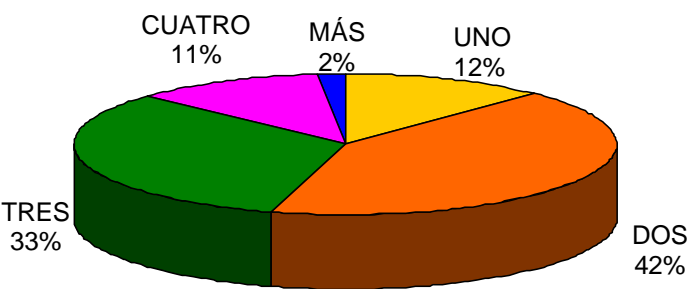
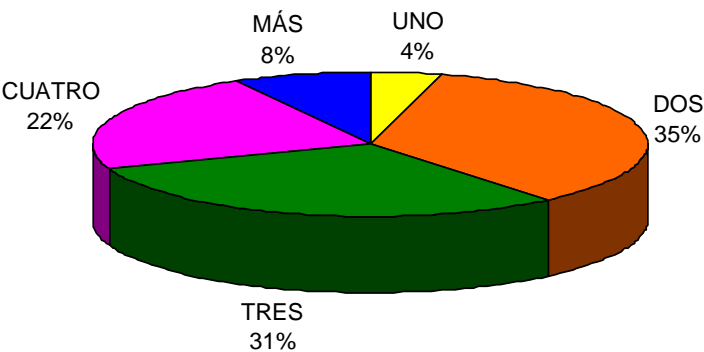


Gráfico 16. Cantidad de televisores que tienen los hogares estrato 5



APARATOS QUE TIENE EN SU HOGAR

Gráfico 17. VHS

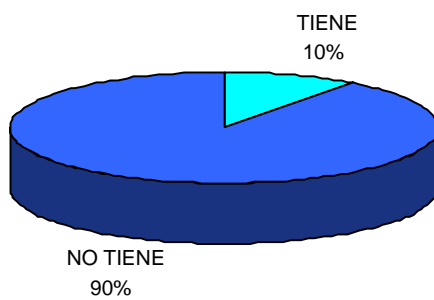


Gráfico 18. DVD

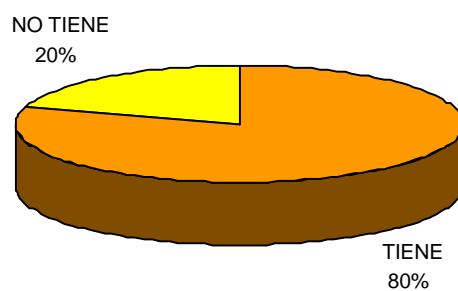


Gráfico 19. Acceso a Internet

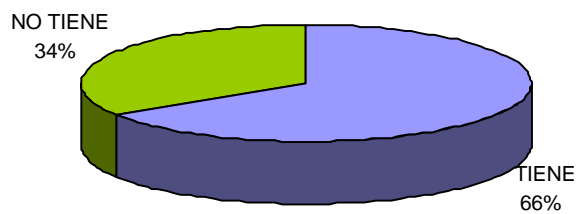


Gráfico 20. Computador

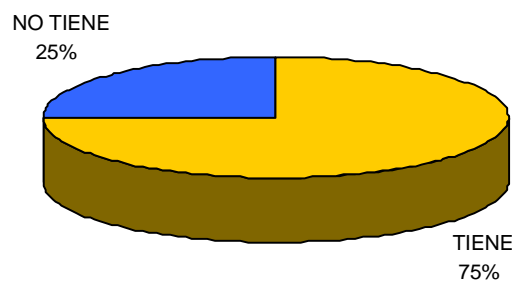
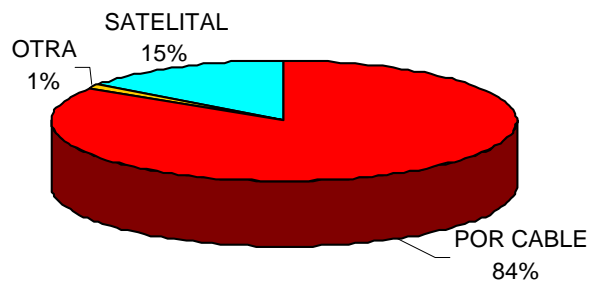


Gráfico 21. Juegos de video



Gráfico 22. Tipo de televisión



Actividades que realizan cuando no están estudiando

Gráfico 23. Las niñas en semana.

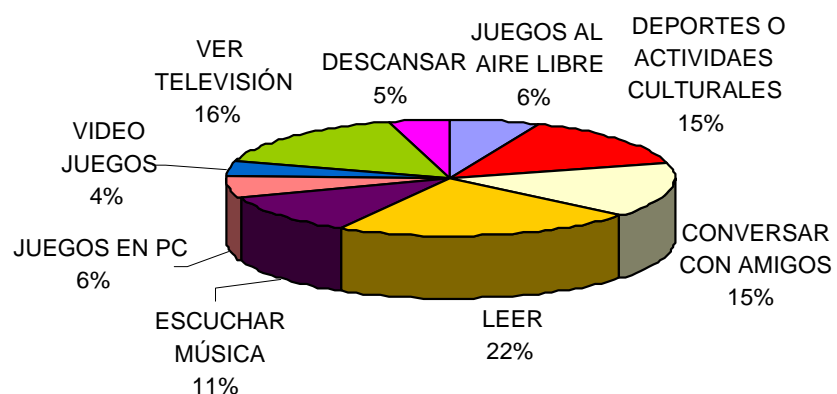


Gráfico 24. Las niñas en fin de semana

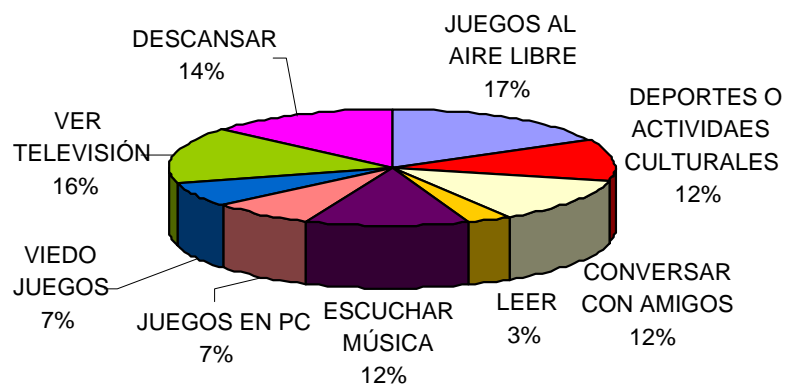


Gráfico 25. Las niñas estudiando en semana y fin de semana

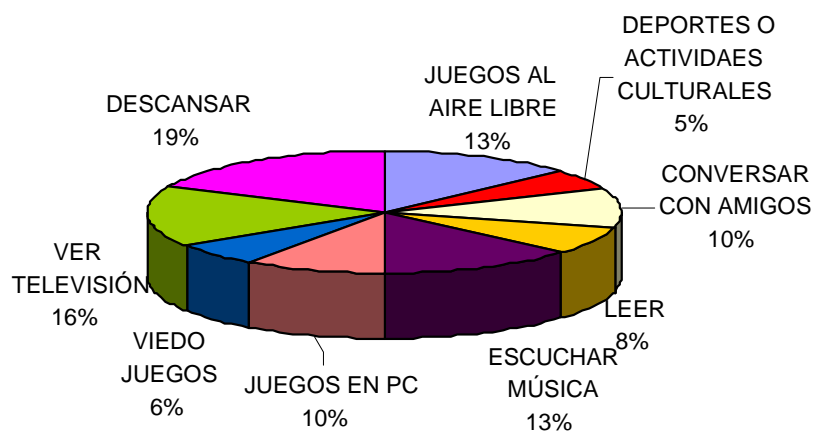


Gráfico 26. Los niños en semana

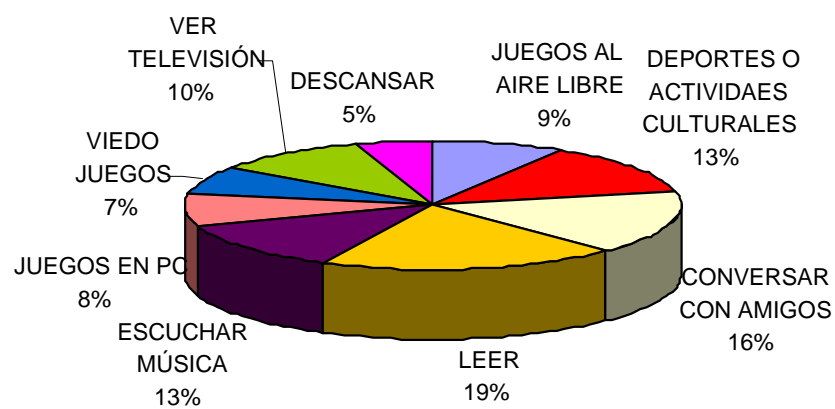


Gráfico 27. Los niños en fin de semana

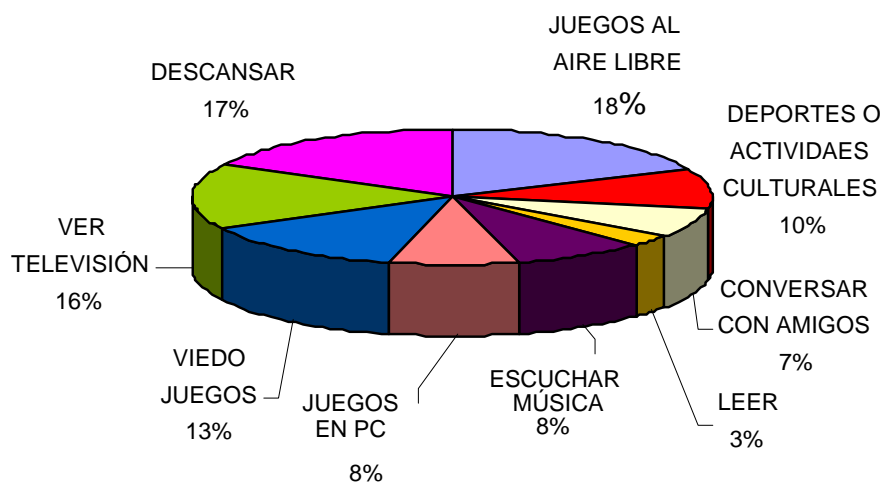


Gráfico 28. Los niños en semana y fin de semana

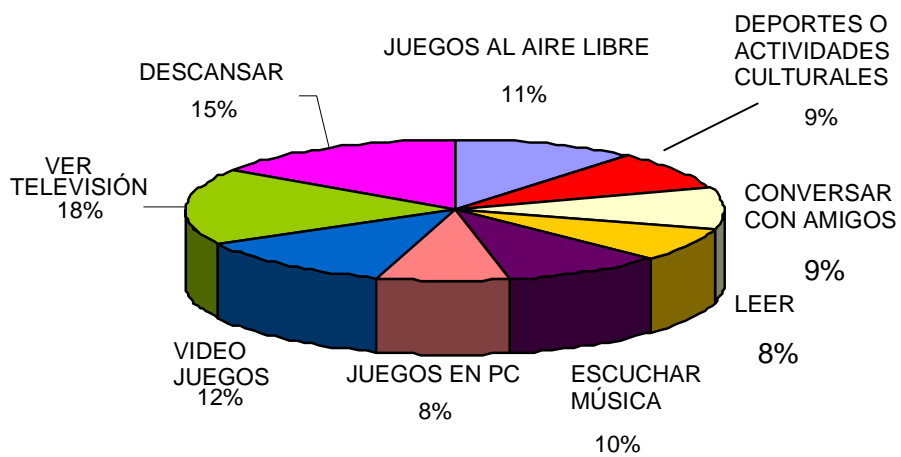


Gráfico 29. Cable operador de televisión.

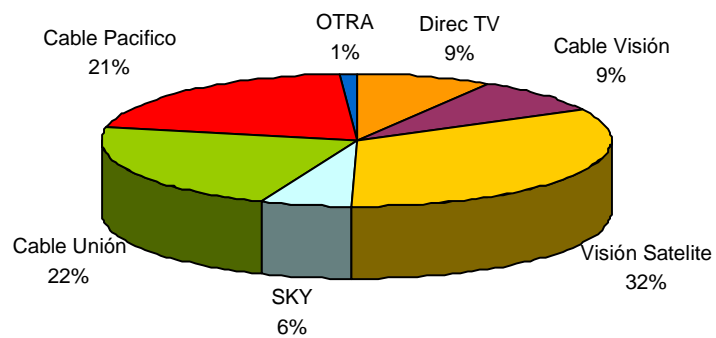


Gráfico 30. Limites de televisión impuesto por los padres en semana

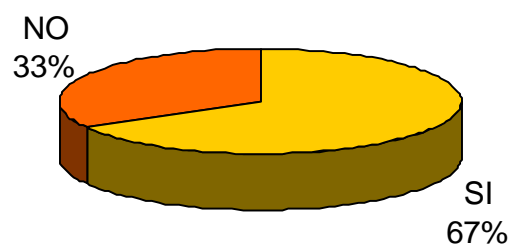


Gráfico 31. Limites de televisión impuesto por los padres en fin de semana

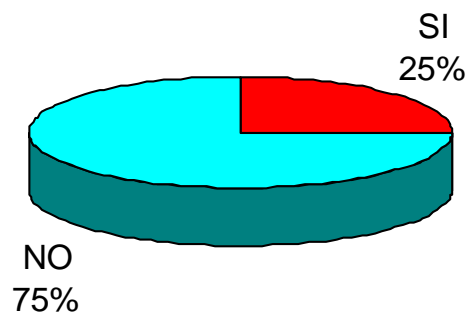


Gráfico 32. Límites de televisión impuesto por los padres en vacaciones

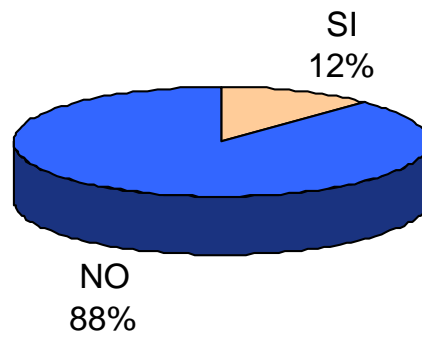


Gráfico 33. Cantidad de horas de televisión que ven los lunes

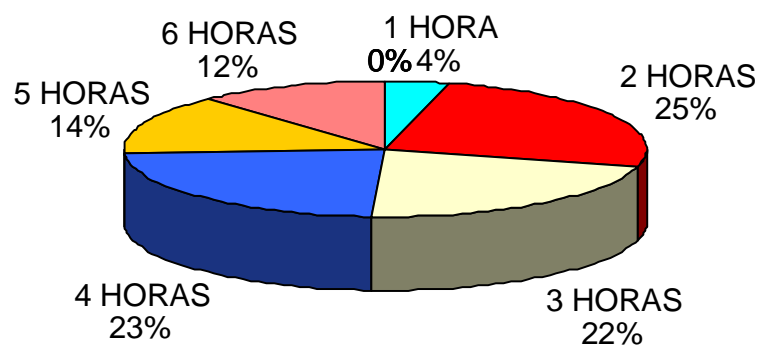


Gráfico 34. Cantidad de horas de televisión que ven los martes

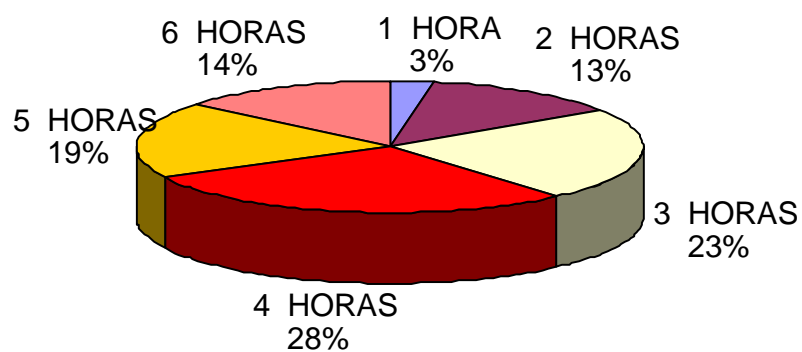


Gráfico 35. Cantidad de horas de televisión que ven los miércoles

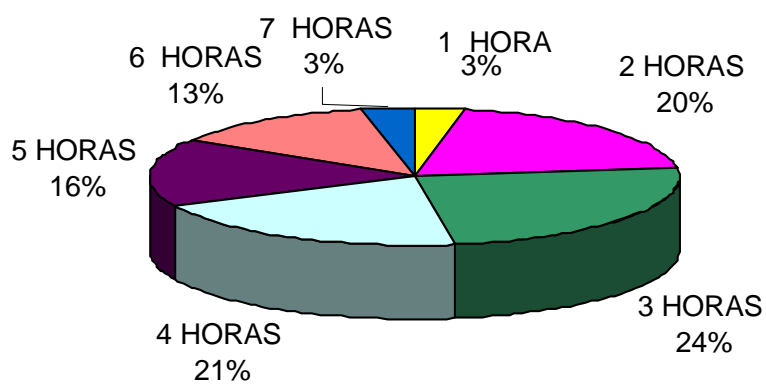


Gráfico 36. Cantidad de horas de televisión que ven los jueves

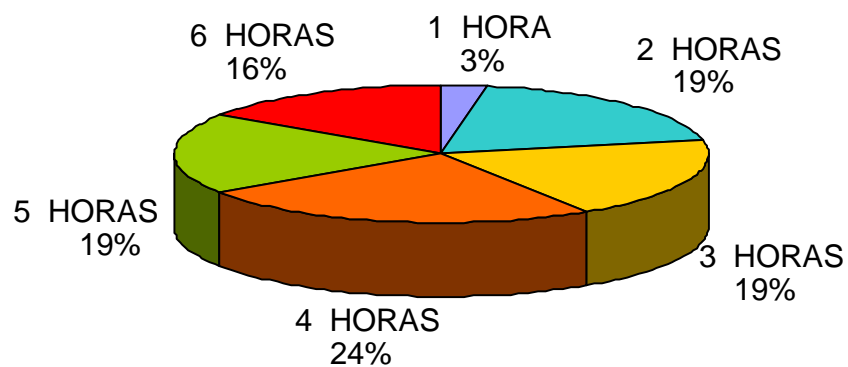


Gráfico 37. Cantidad de horas de televisión que ven los viernes

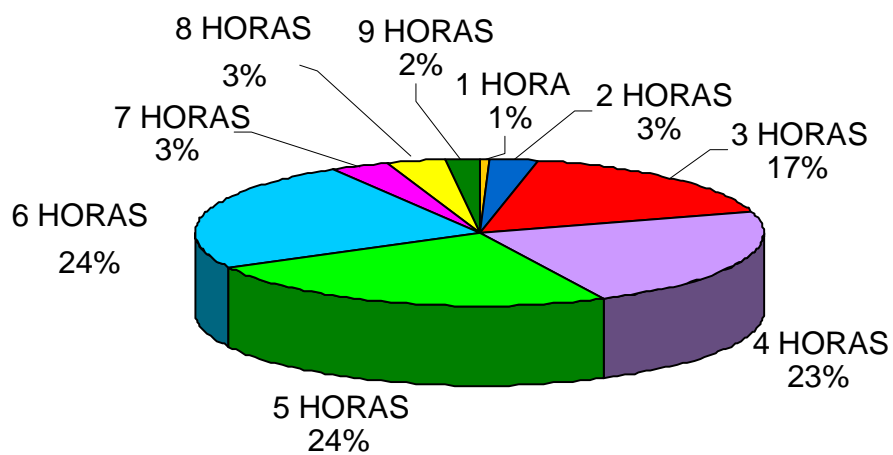


Gráfico 38. Cantidad de horas de televisión que ven los sábados

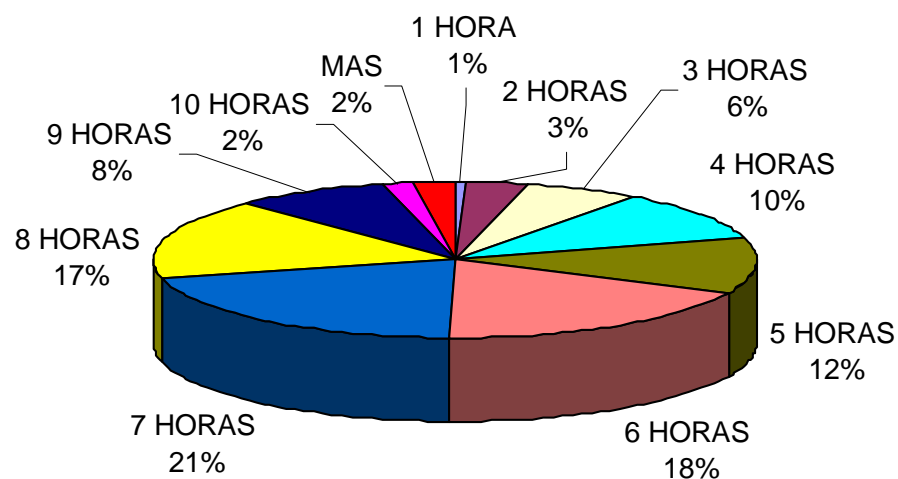


Gráfico 39. Cantidad de horas de televisión que ven los domingos

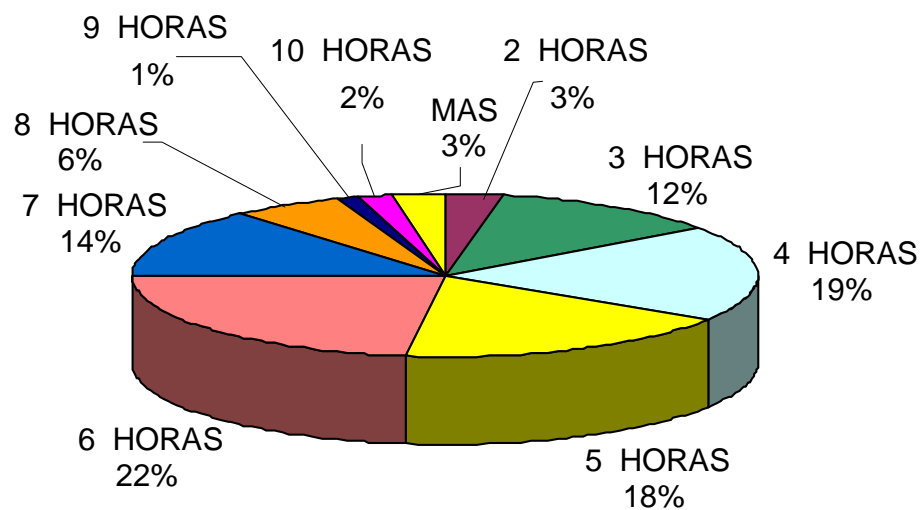
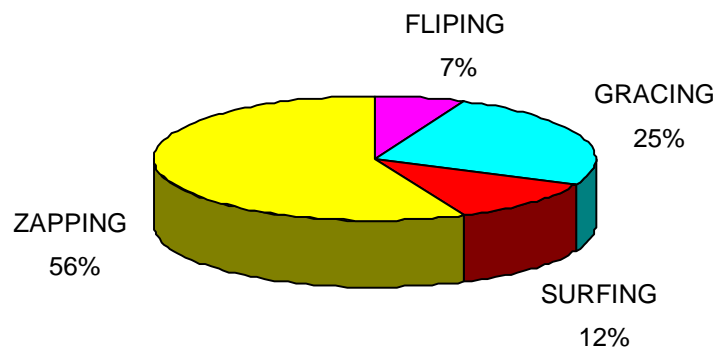


Gráfico 40. Estrategias que más utilizan para ver televisión



Zapping: cuando el televidente está viendo un programa de televisión y cambian cada vez que hay publicidad o pauta comercial

Flipping: cuando los televidentes comienzan a hacer un barrido de todos los canales y se quedan ni un minuto en un mismo canal.

Gracing: cuando el televidente ve varios programas al mismo tiempo en diferentes canales.

Surfing: es cuando el espectador sólo busca un género o tema, y se va sobre esa misma temática.

Gráfico 41. Condiciones en las cuales ven televisión en semana en la mañana

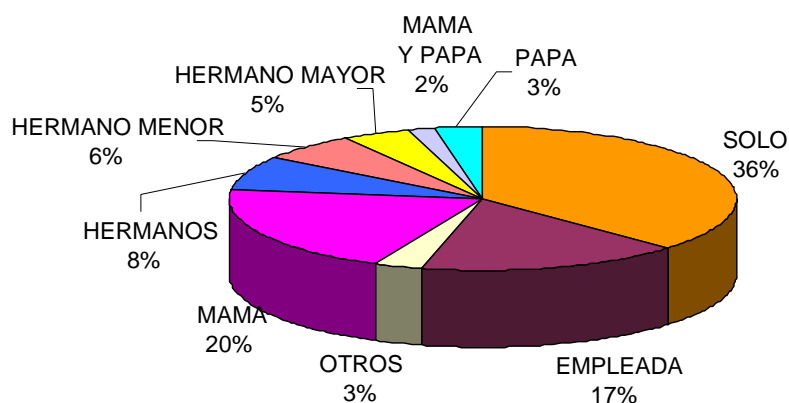


Gráfico 42. Condiciones en las cuales ven televisión en semana en la tarde

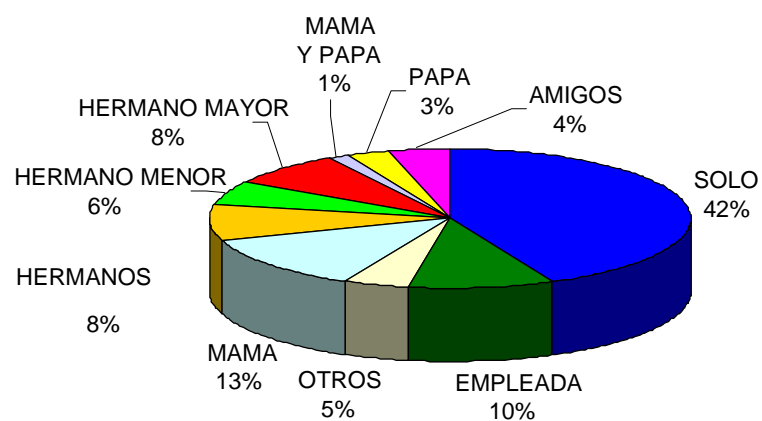


Gráfico 43. Condiciones en las cuales ven televisión en semana en la noche

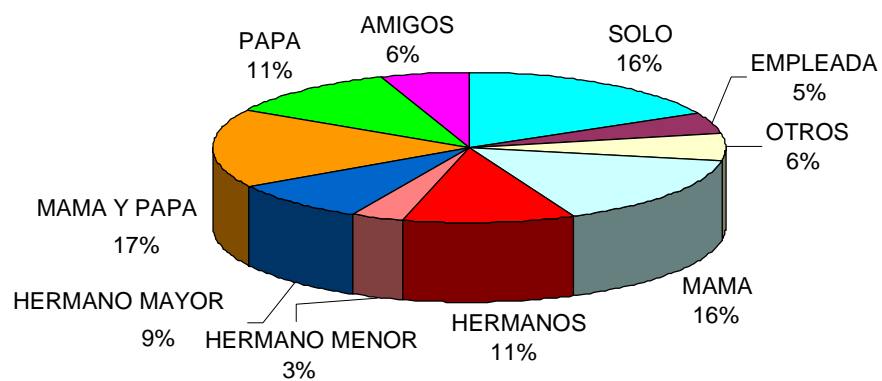


Gráfico 44. Condiciones en las cuales ven televisión en fin de semana en la mañana

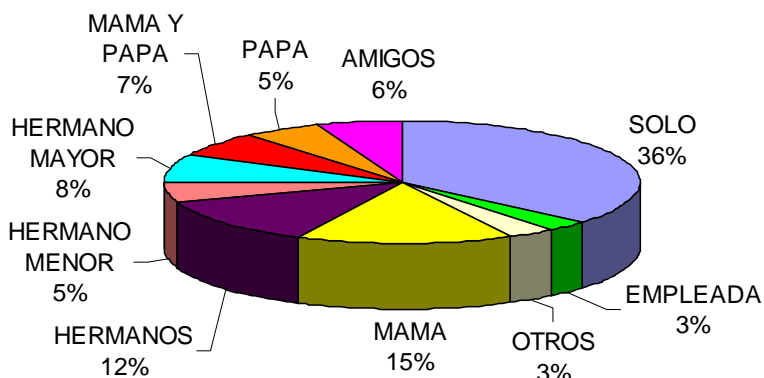


Gráfico 45. Condiciones en las cuales ven televisión en fin de semana en la tarde

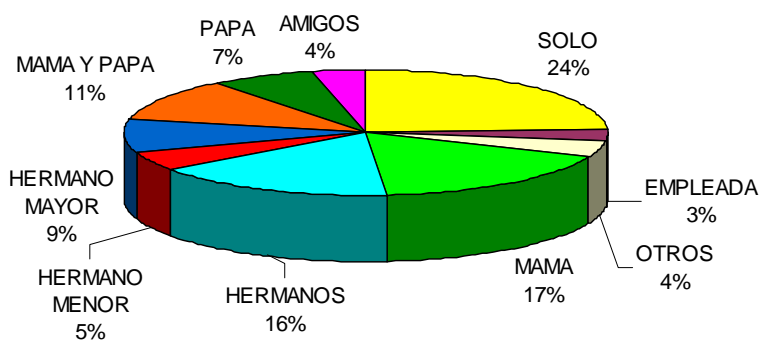
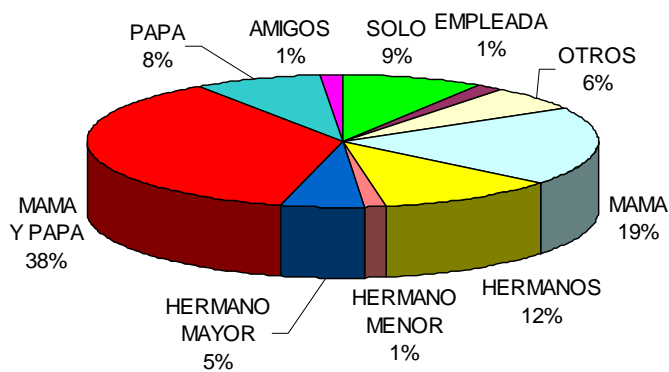


Gráfico 46. Condiciones en las cuales ven televisión en fin de semana en la noche



Canales de televisión que ven según cada género

Gráfico 47. Cartoon Network

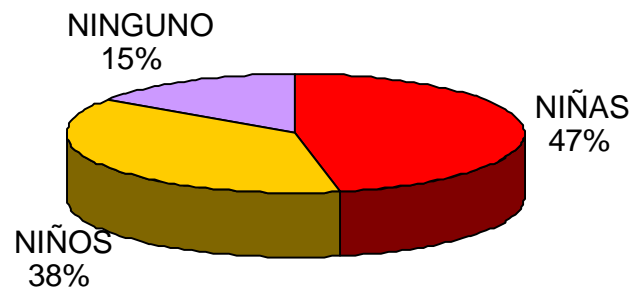


Gráfico 48. Disney Channel

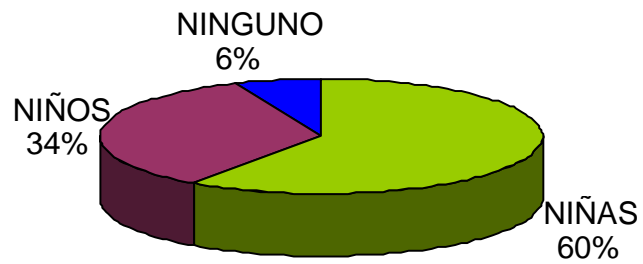


Gráfico 49. Discovery Kids

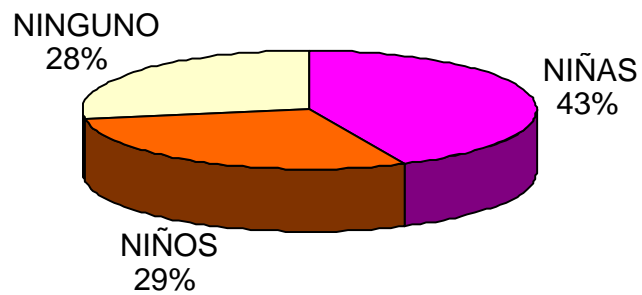


Gráfico 50. Boomerang

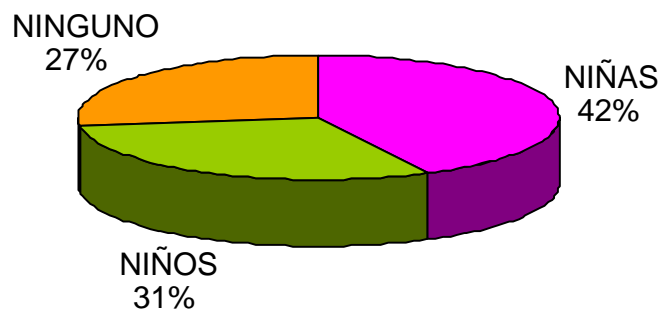


Gráfico 51. Jetix

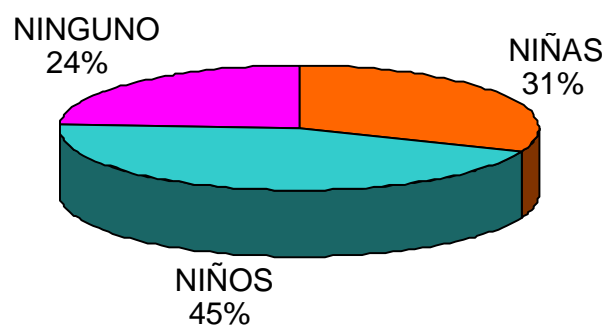


Gráfico 52. Nickelodeon

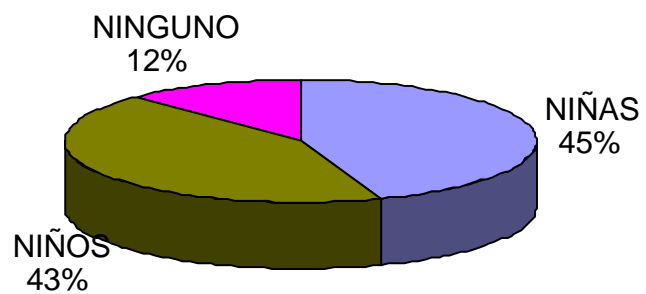


Gráfico 53. Animal Planet

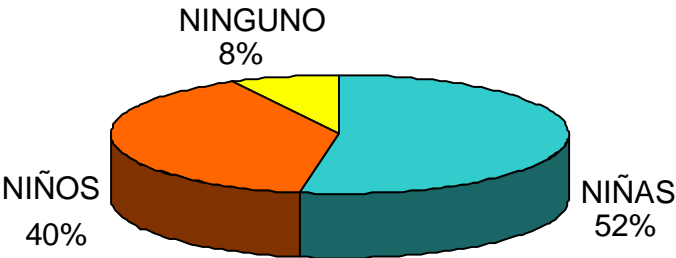


Gráfico 54. RCN

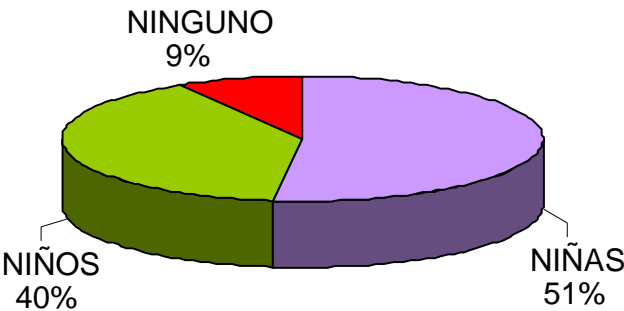


Gráfico 55. Caracol

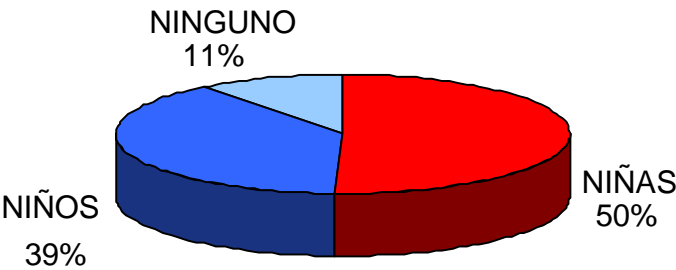


Gráfico 56. Porcentaje de niños y niñas que ven otros canales

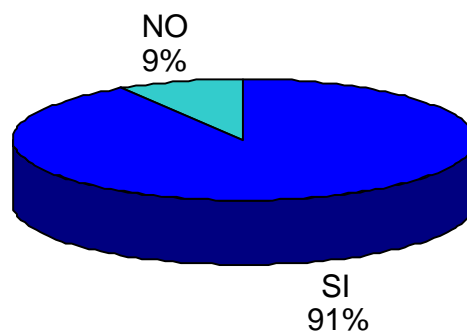
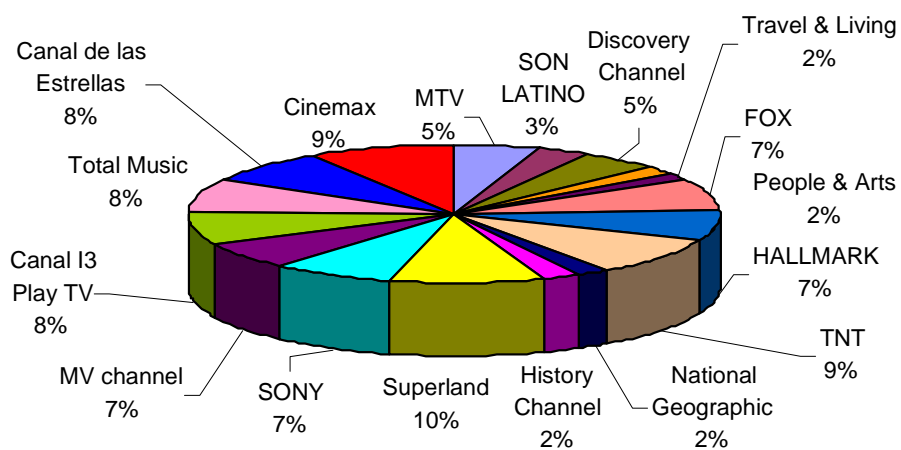


Gráfico 57. Porcentajes participación de los otros canales



Programas que ven por canal según la edad y el género.

Características de los Canales.

- Cartoon Network: canal de solo dibujos animados, con programas tanto para niños como para niñas. El lenguaje utilizado en sus programas esta enfocado a niños mayores de 7 años.
- Disney Channel: canal que combina programas animados y series actuadas por lo ídolos infantiles de moda, además emite todas las películas hechas por Disney. El lenguaje utilizado en este canal posee un amplio espectro ya que tiene programas para niños desde los 2 años hasta los 15.
- Discovery Kids: es un canal que trabaja mucho el lenguaje simbólico y corporal, la imaginación se explota como recurso de interacción con los niños en varios de sus programas. La mayoría de las temáticas trabajadas están enfocadas hacia los niños entre 2 y 8 años.
- Jetix: canal que presenta programas y series animadas y actuados por personas, donde siempre se ve la lucha del bien y del mal, superhéroes, villanos y mucha acción y energía. Mucho de sus programas son muy masculinos. Es apto para mayores de 8 años.
- Boomerang: canal que muestra programas muy variados desde animados hasta películas y series actuadas por niños y adolescentes. Tiene para temáticas para el gusto de las niñas y para el gusto de los niños.
- Nickelodeon: los programas, series y películas que se emiten en este canal son muy variados, pues incluso apela a series setenteras y ochenteras como Mi Bella Genio, ALF y Los Locos Adams la para entretener al publico. No muestra mucha brecha entre géneros ni edades.
- Animal Planet: canal especializados en animales. Sus documentales, series, realities y programas solo muestran animales ya sea en su hábitat, en recuperación o con familias humanas como compañía. Su audiencia no es específicamente niños, pero como ellos sienten atracción por los animales, se ha convertido en uno de sus canales preferidos.
- Canal RCN: canal nacional. La programación predominante esta dada por noticieros, novelas, series nacionales y extranjeras, películas y la franja infantil del fin de semana. Los contenidos de estos programas, a excepción de Bichos Bichez y uno que otro animado, muestran crudamente las problemáticas por las que pasan los adultos y muchos antivalores que se dan en la realidad cotidiana.

- Canal Caracol: canal nacional. La programación predominante esta dada por noticieros, novelas, series nacionales y extranjeras, películas y la franja infantil del fin de semana. Los contenidos de estos programas, a excepción del Club 10 y uno que otro animado, muestran crudamente las problemáticas por las que pasan los adultos y muchos antivalores que se dan en la realidad cotidiana.

Gráfico 58. Programas de Cartoon Network que ven las niñas de 6 a 7 años

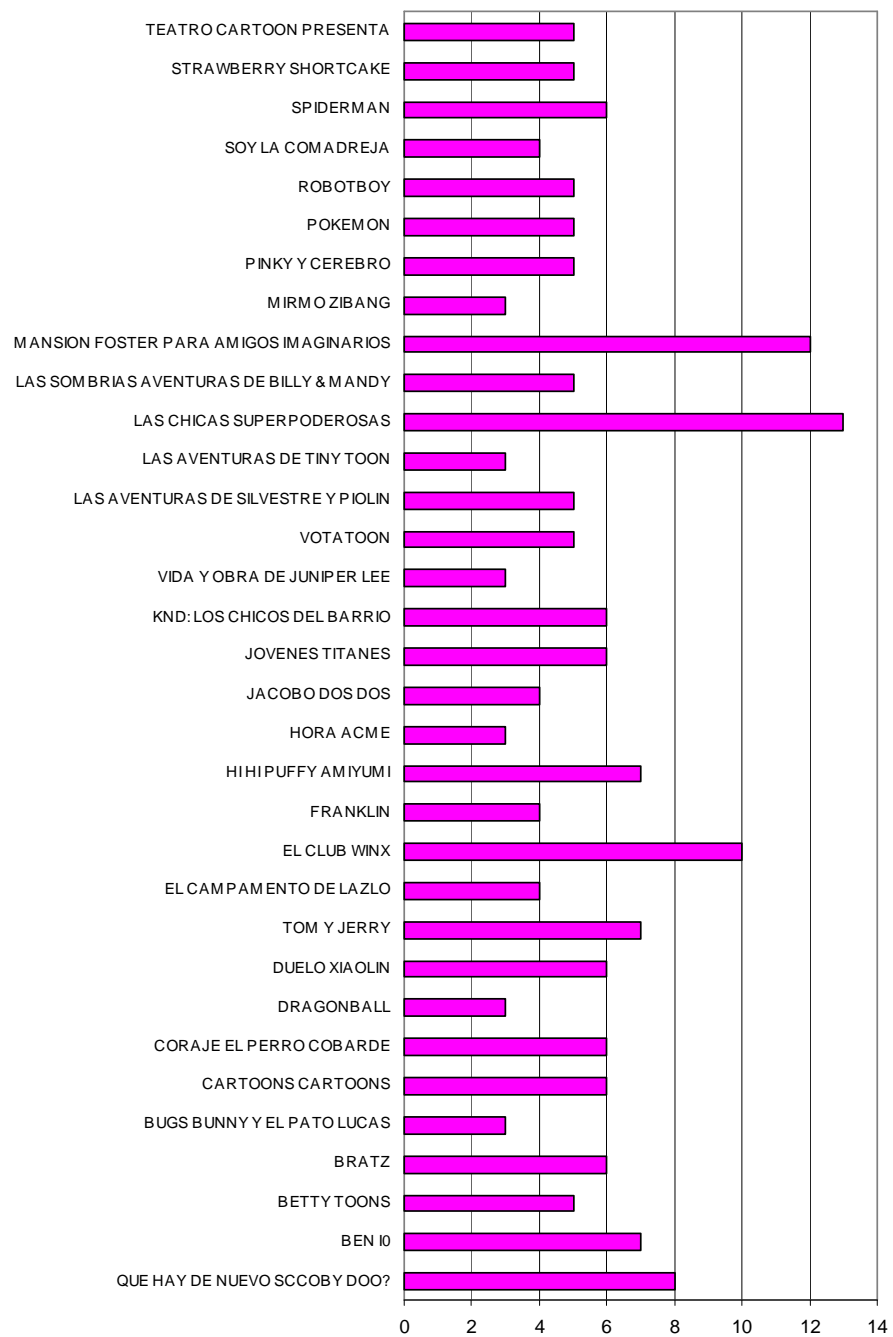


Gráfico 59. Programas de Cartoon Network que ven los niños de 6 a 7 años

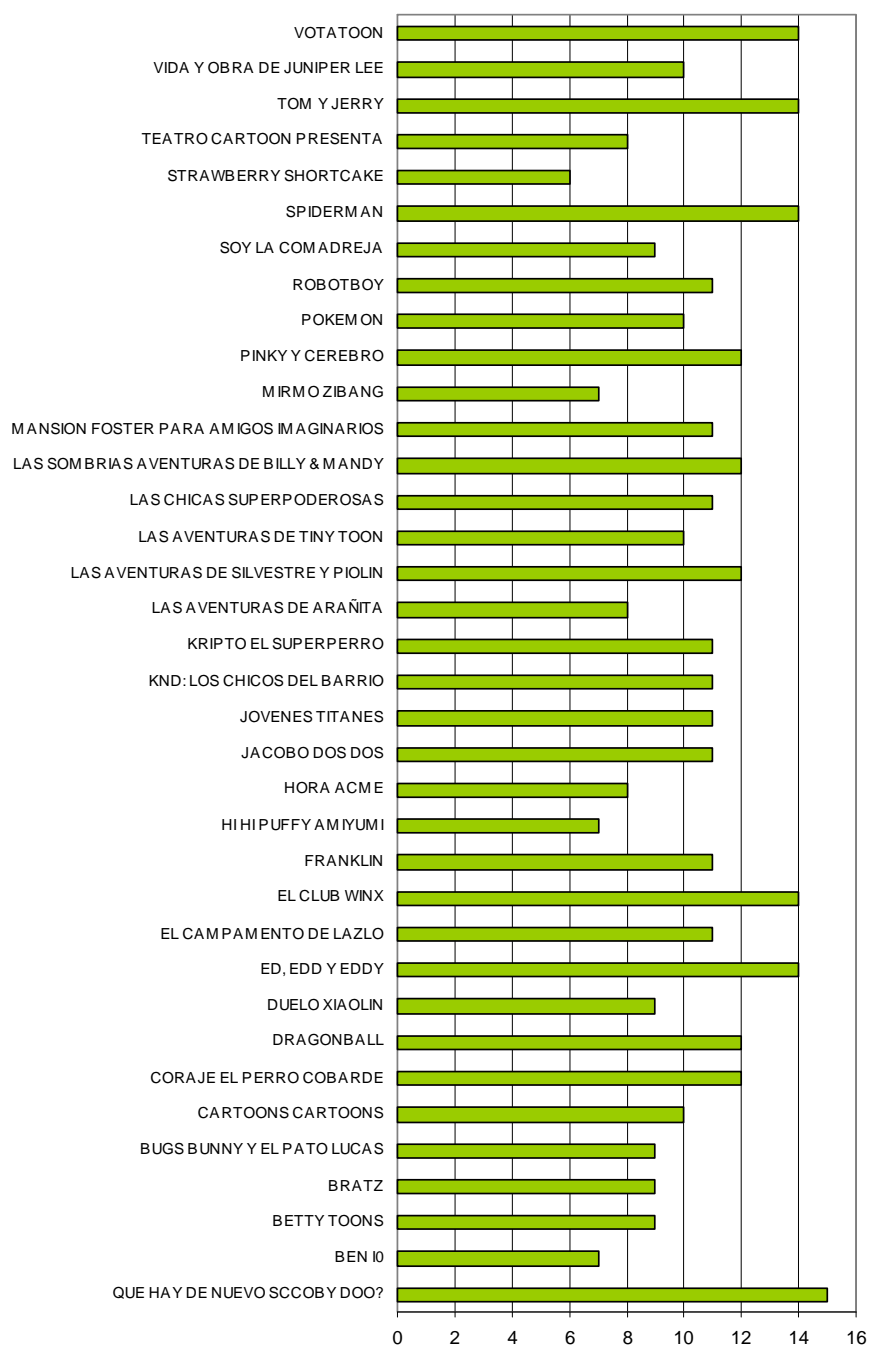


Gráfico 60. Programas de Disney Channel que ven las niñas de 6 a 7 años

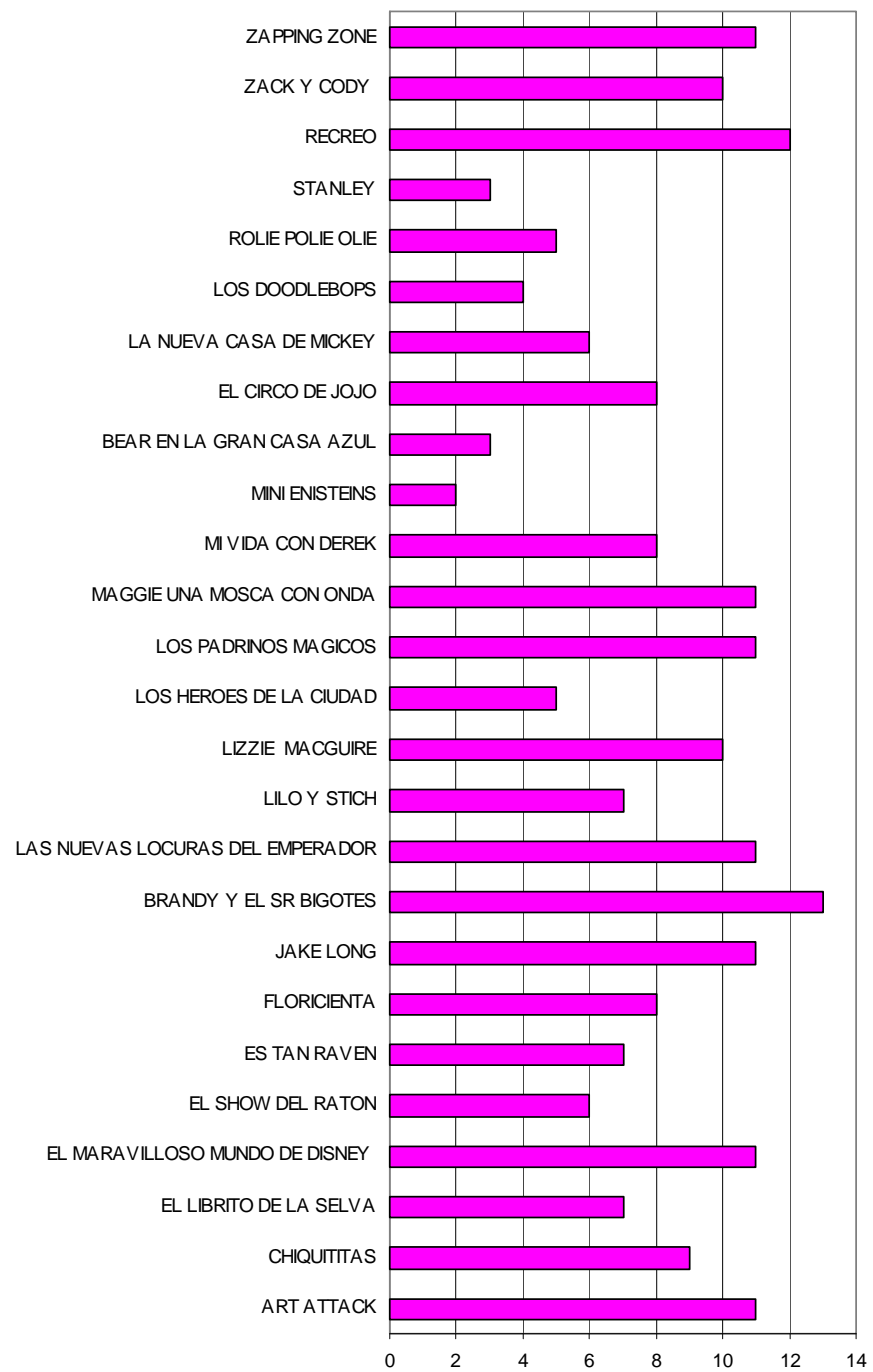


Gráfico 61. Programas de Disney Channel que ven los niños de 6 a 7 años

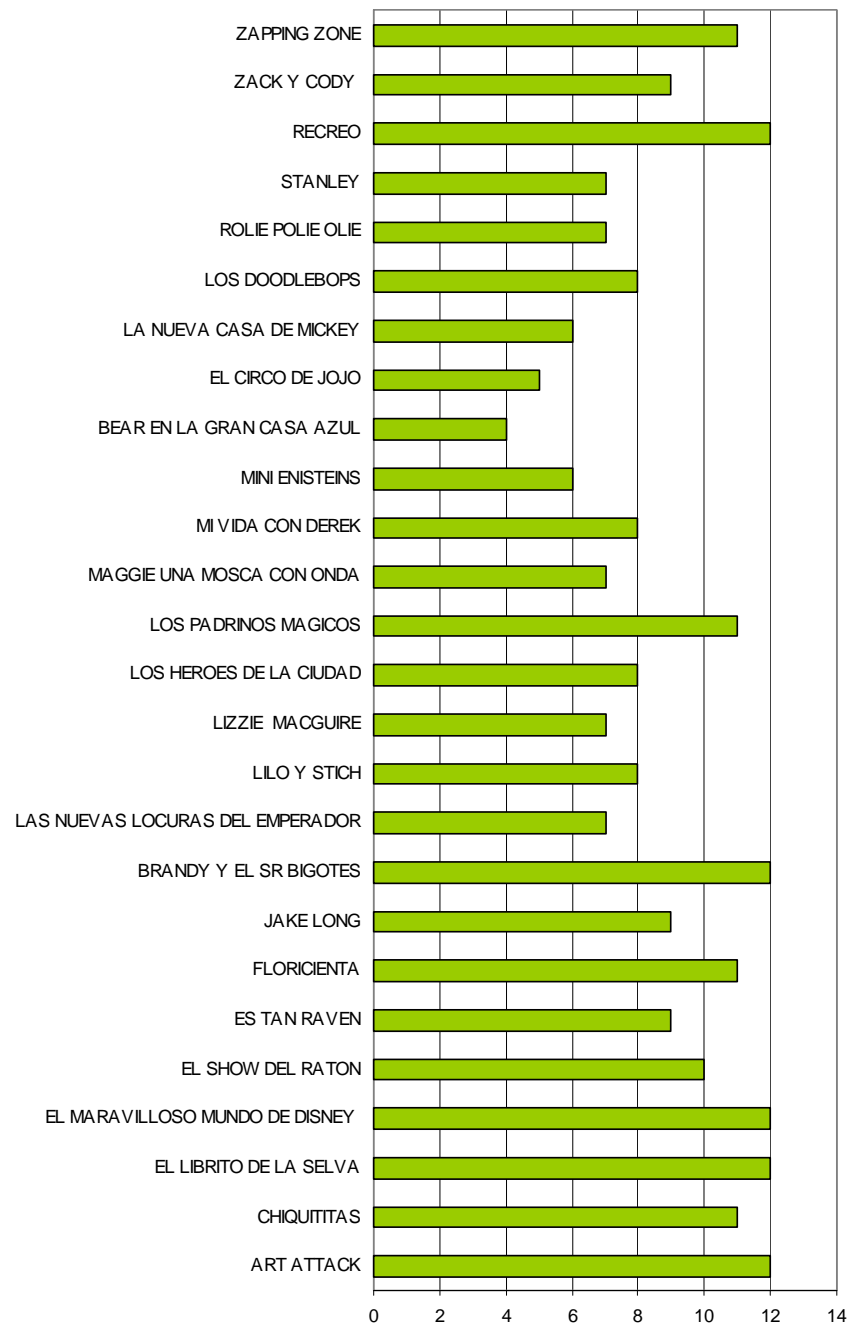


Gráfico 62. Programas de Discovery Kids que ven las niñas de 6 a 7 años

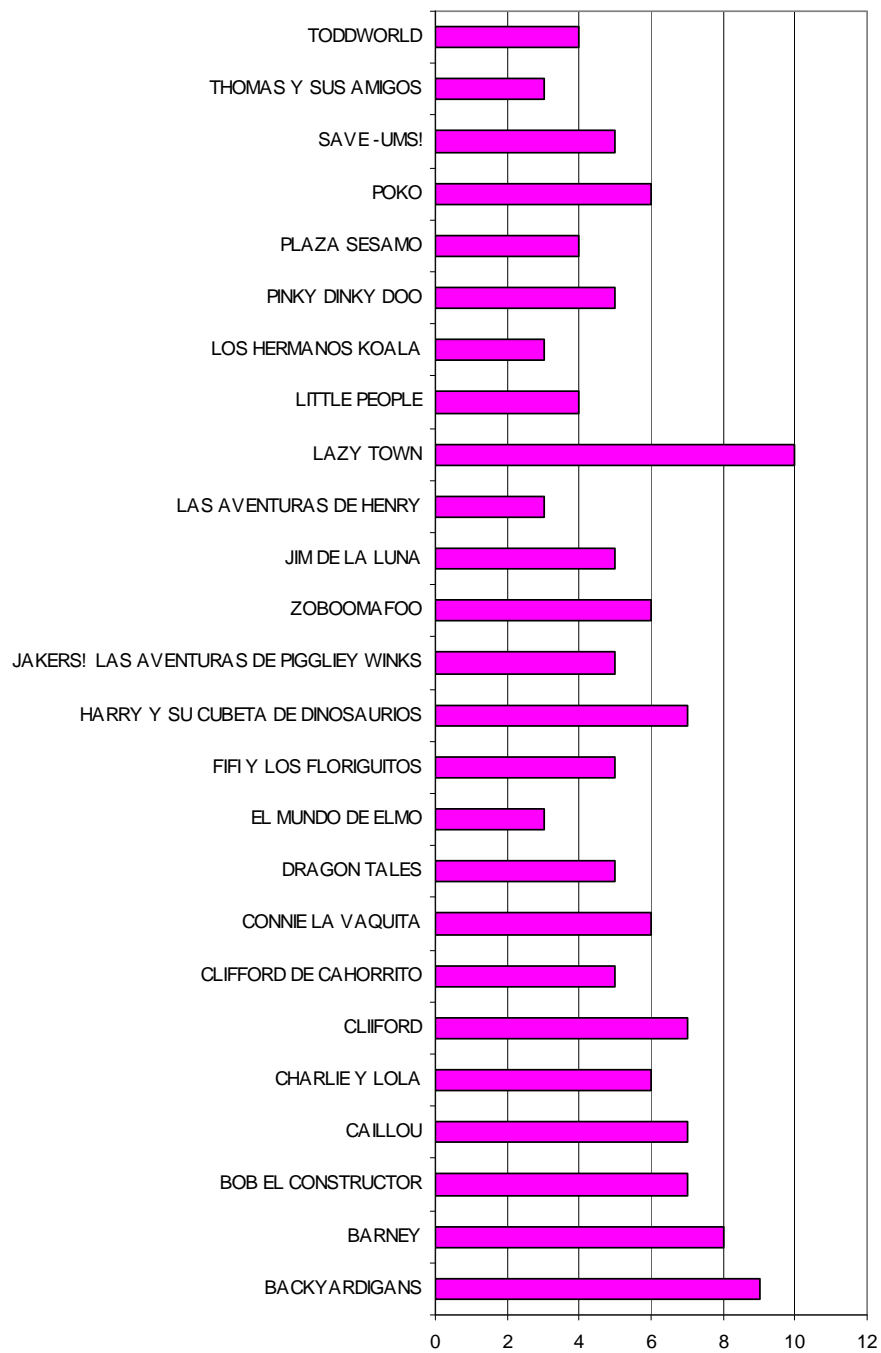


Gráfico 63. Programas de Discovery Kids que ven los niños de 6 a 7 años

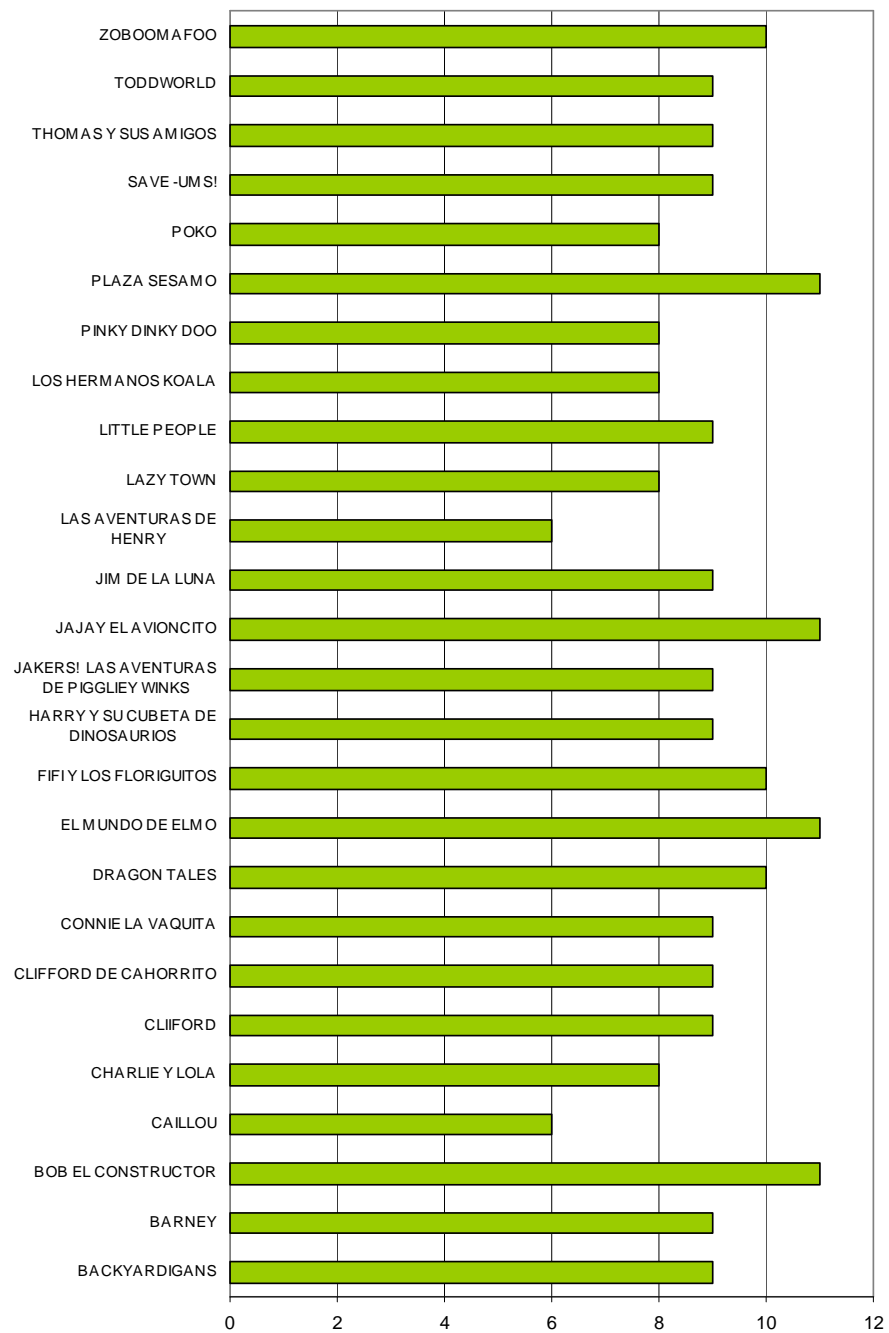


Gráfico 64. Programas de Jetix que ven las niñas de 6 a 7 años

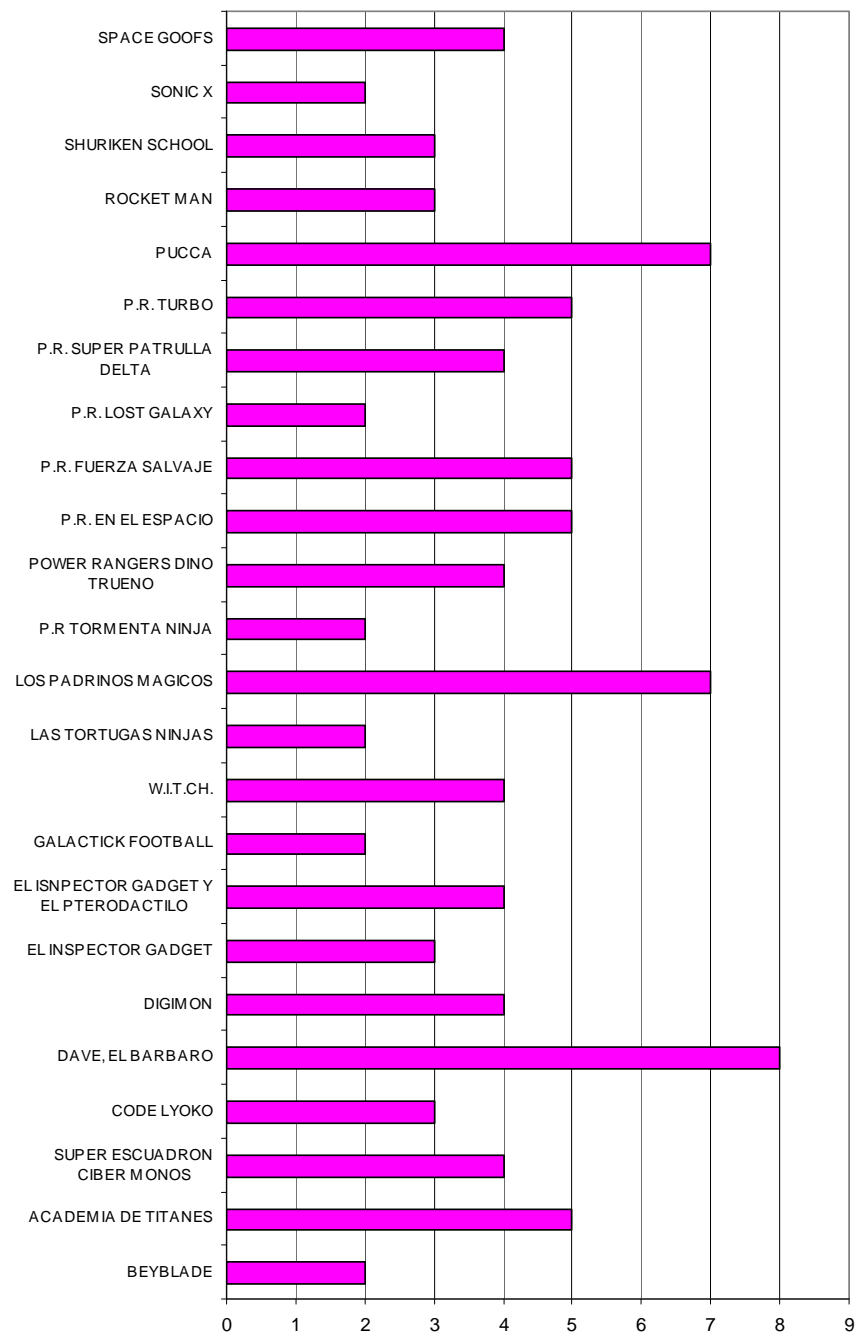


Gráfico 65. Programas de Jetix que ven los niños de 6 a 7 años

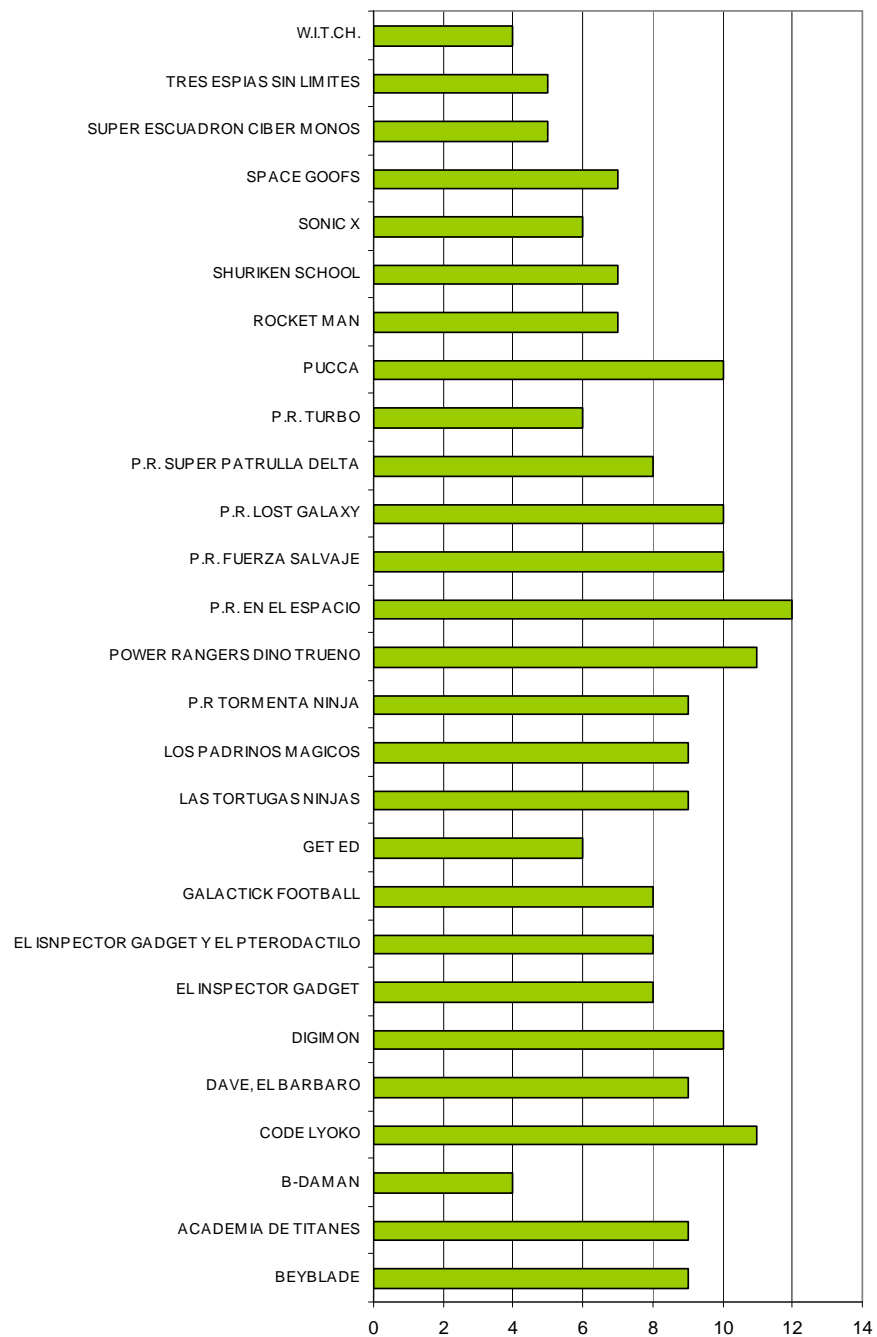


Gráfico 66. Programas de Boomerang que ven las niñas de 6 a 7 años

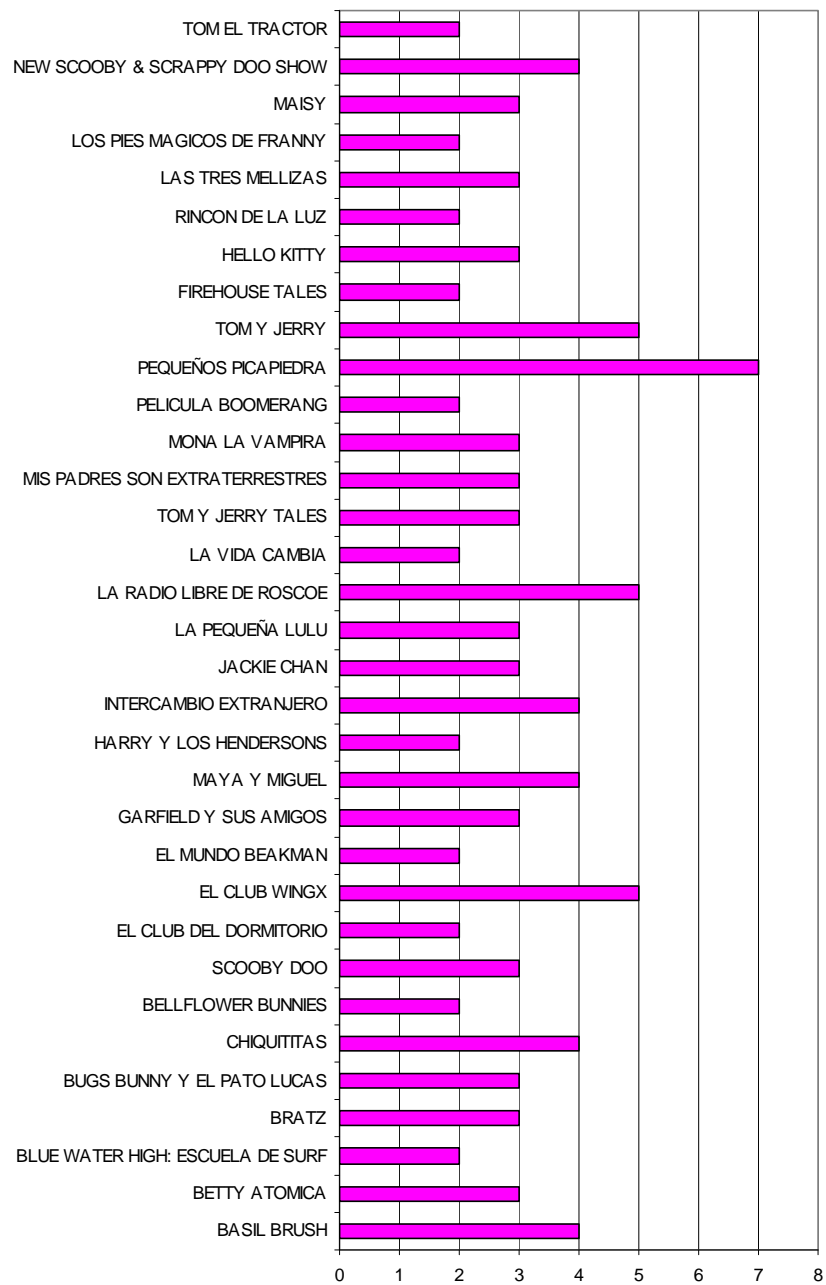


Gráfico 67. Programas de Boomerang que ven los niños de 6 a 7 años

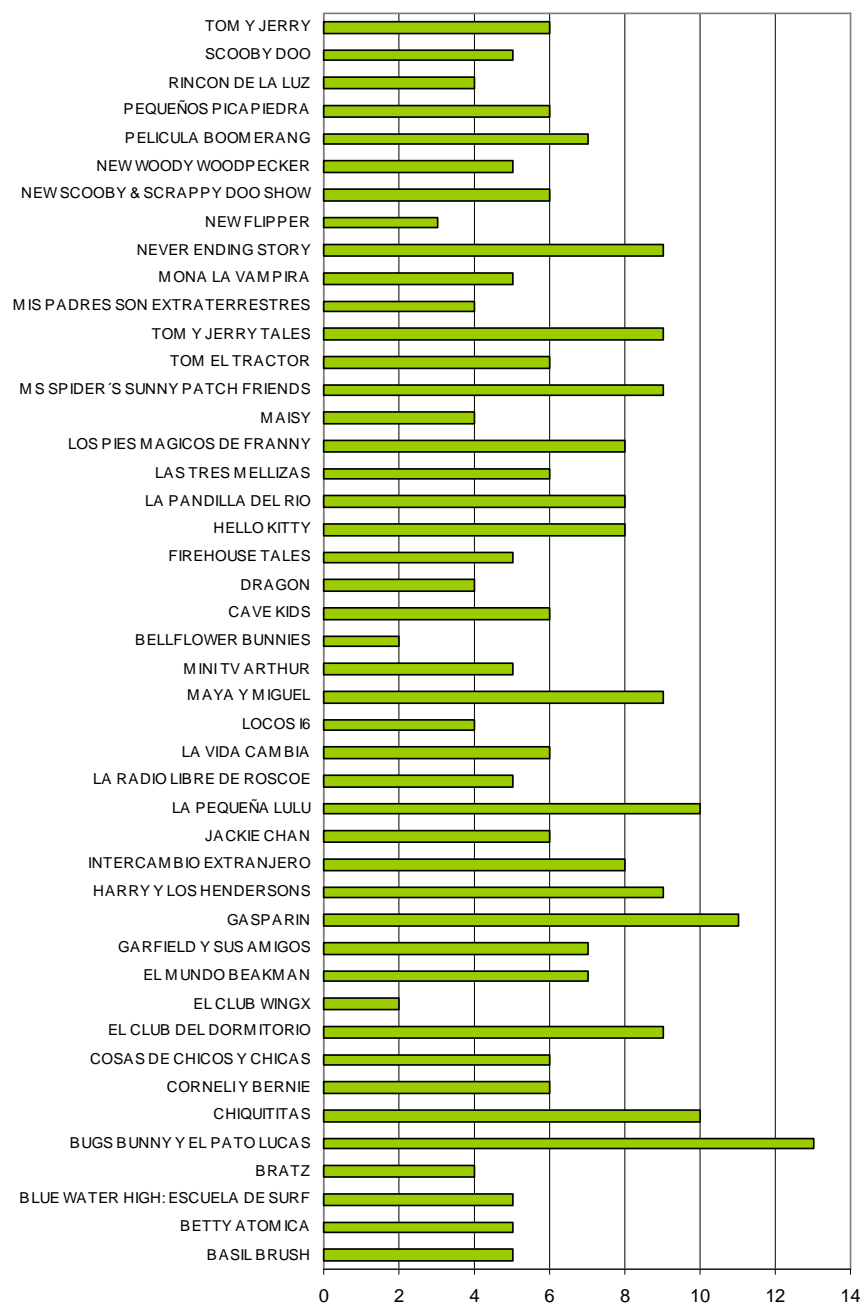


Gráfico 68. Programas de Nickelodeon que ven las niñas de 6 a 7 años

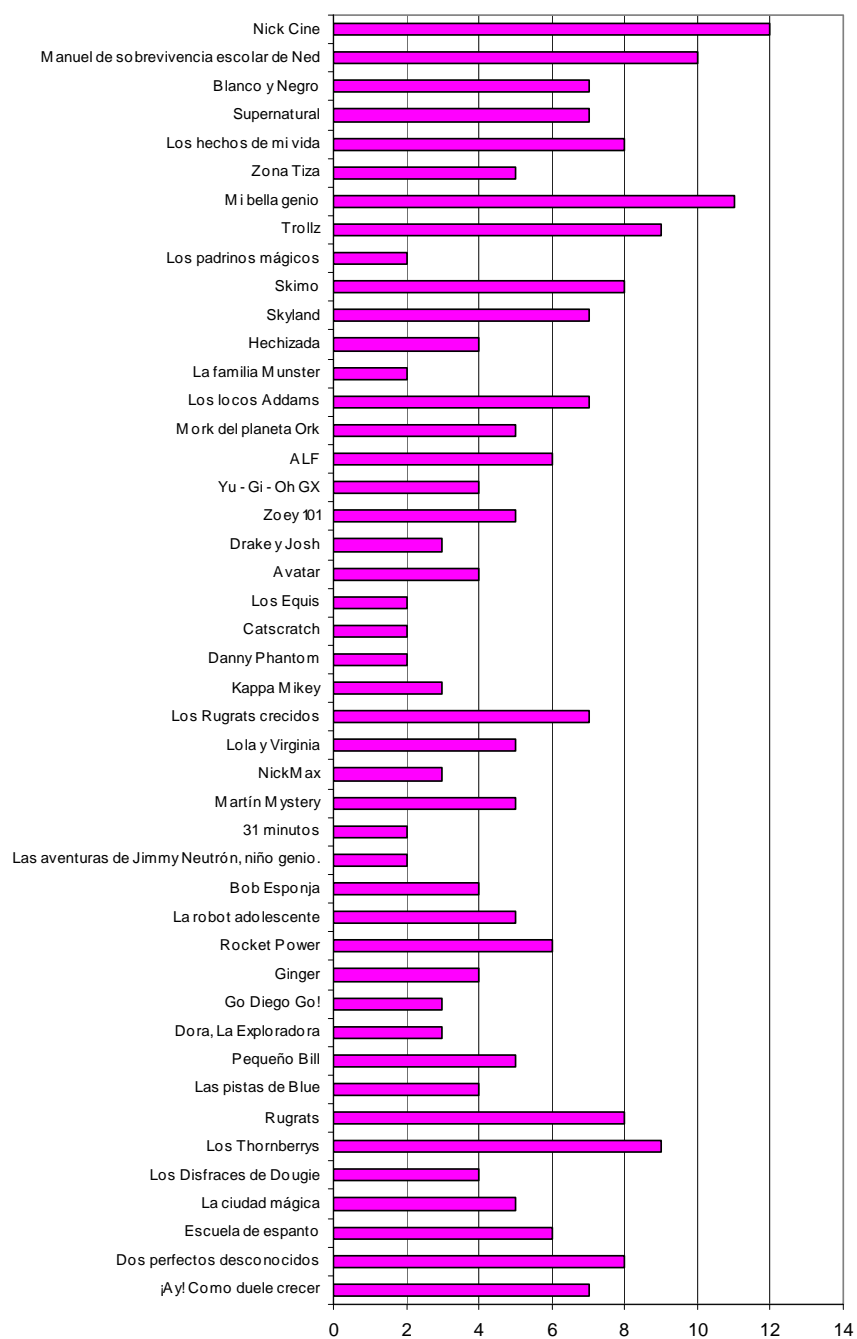


Gráfico 69. Programas de Nickelodeon que ven los niños de 6 a 7 años

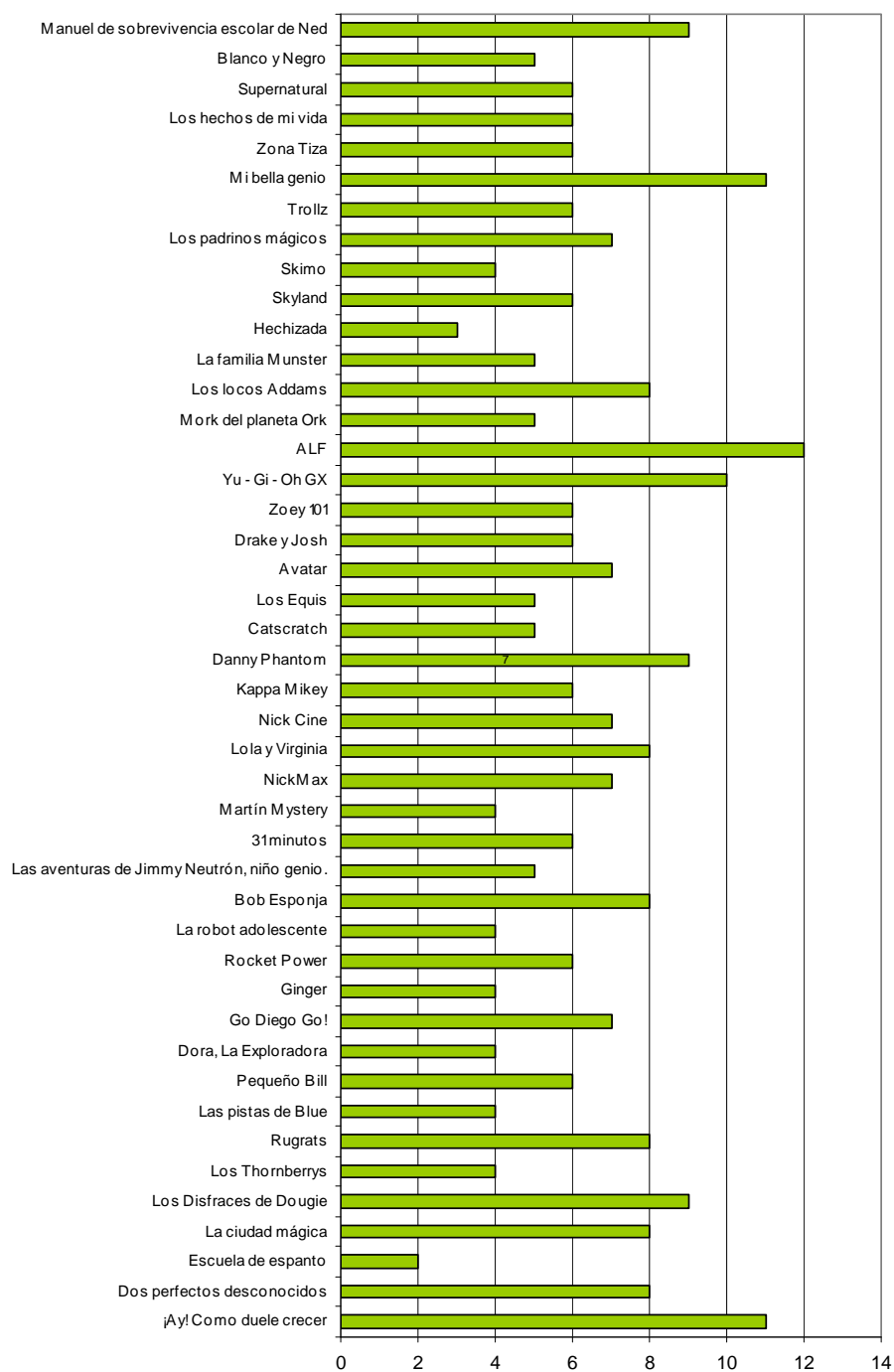


Gráfico 70. Programas de Animal Planet que ven las niñas de 6 a 7 años

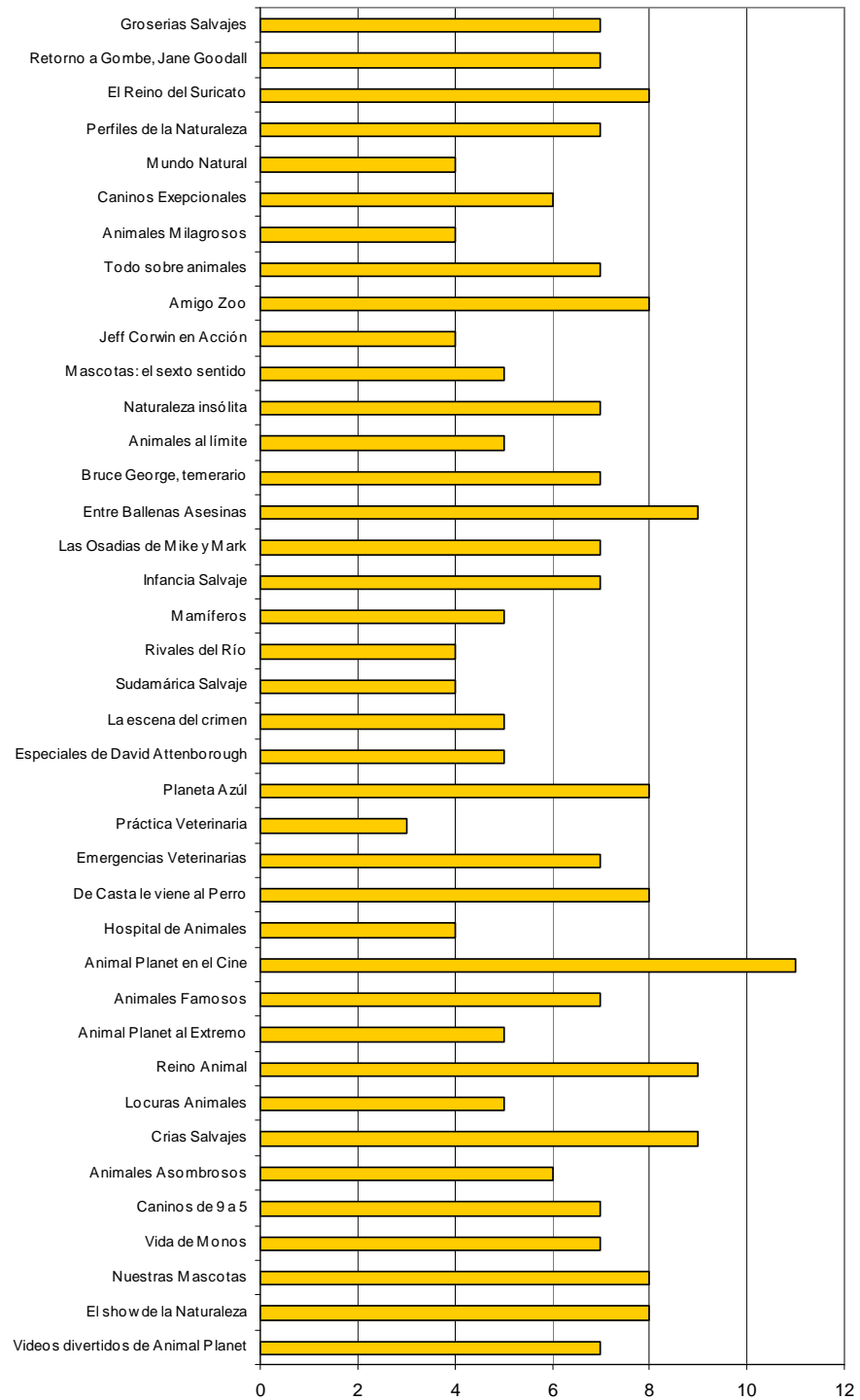


Gráfico 71. Programas de Animal Planet que ven los niños de 6 a 7 años

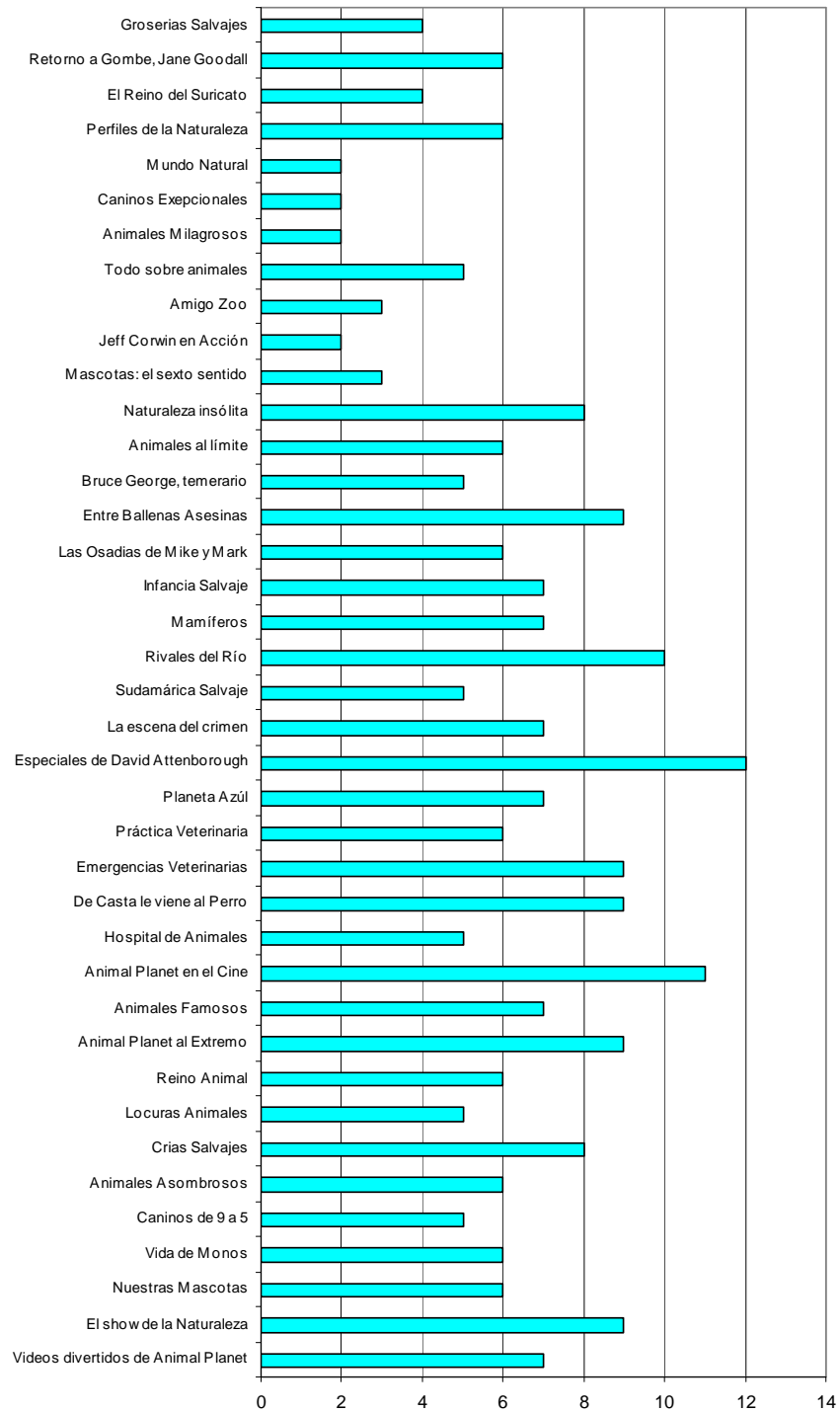


Gráfico 72. Programas de RCN que ven las niñas de 6 a 7 años

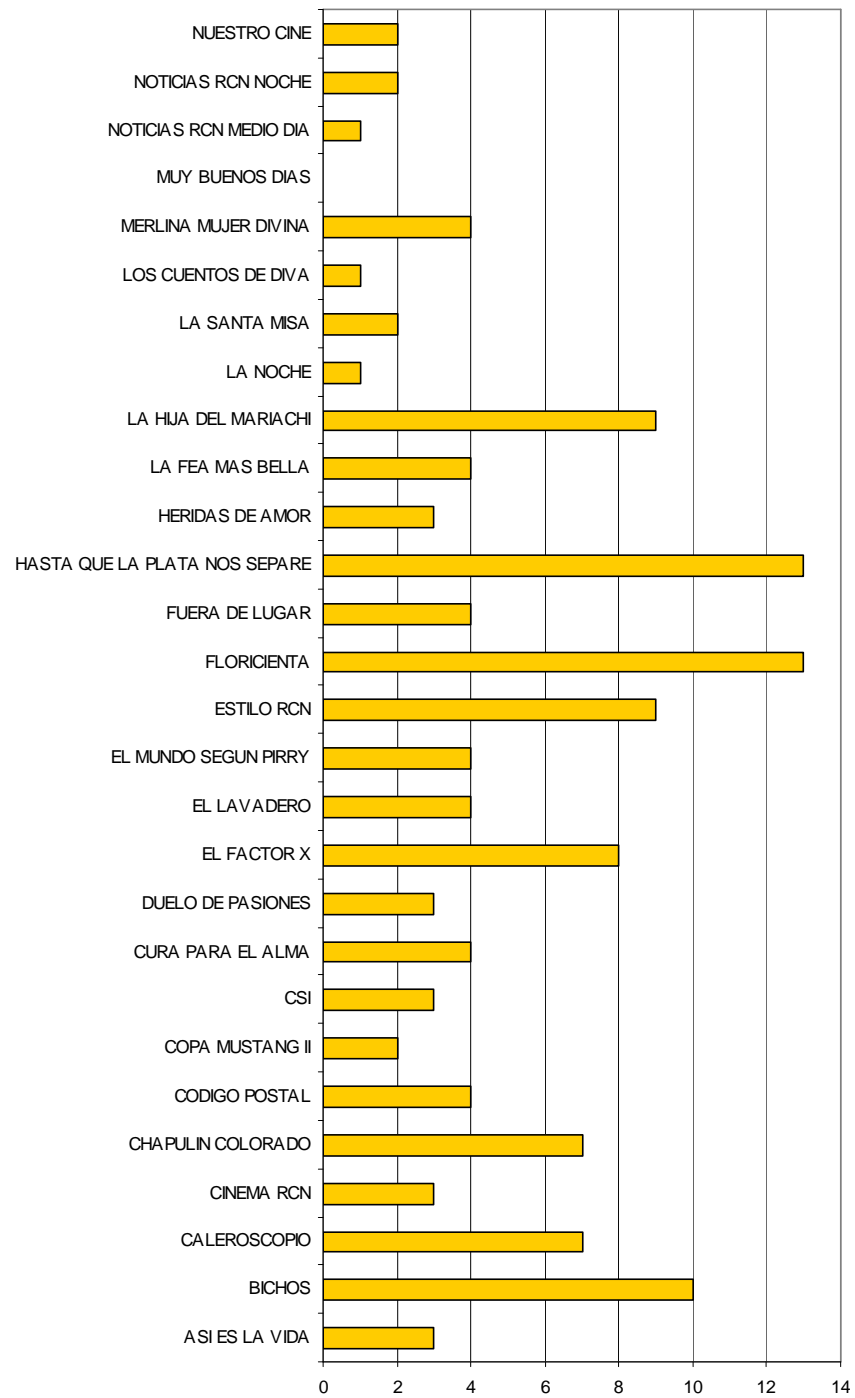


Gráfico 73. Programas de RCN que ven los niños de 6 a 7 años

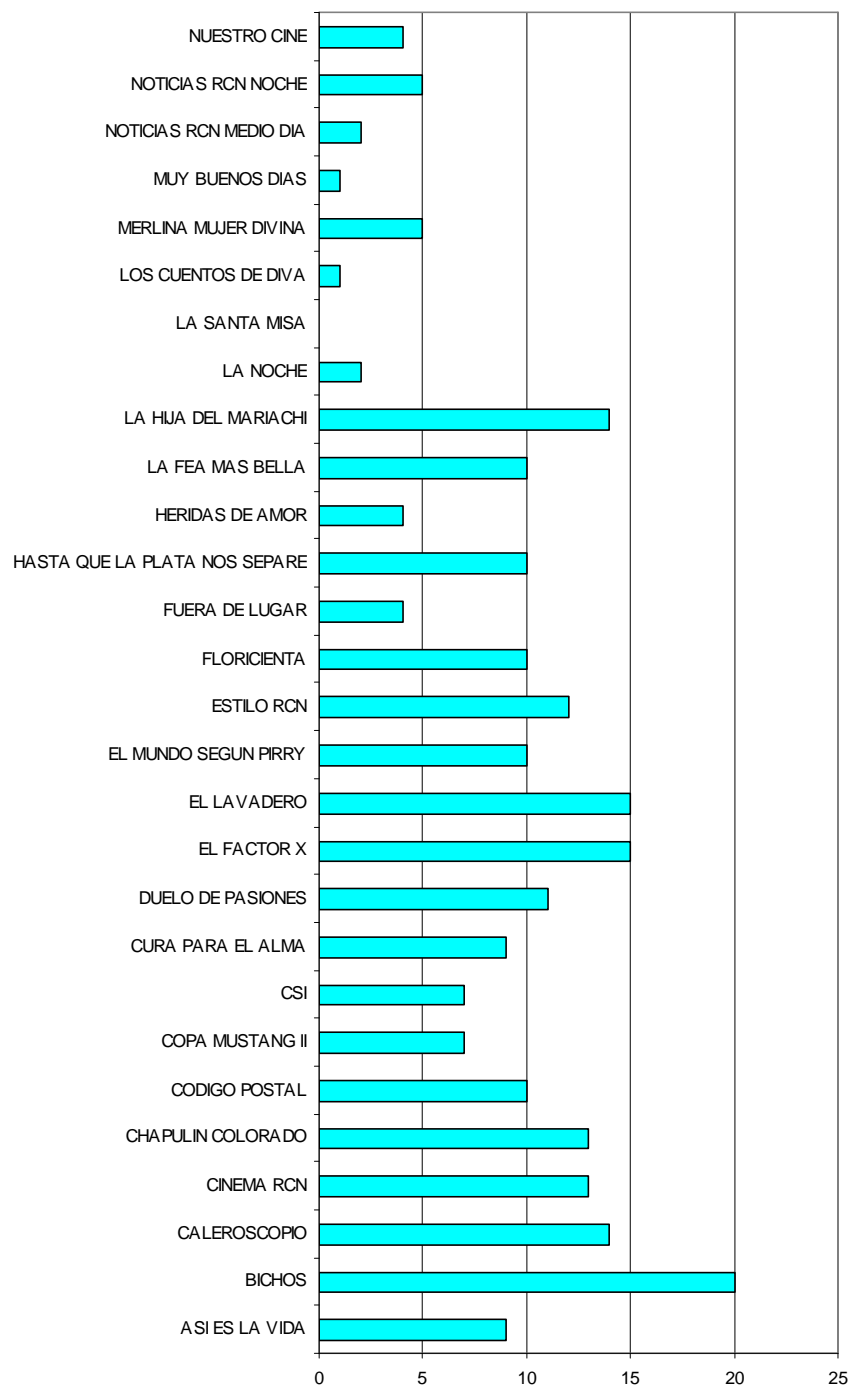


Gráfico 74. Programas de Caracol que ven las niñas de 6 a 7 años

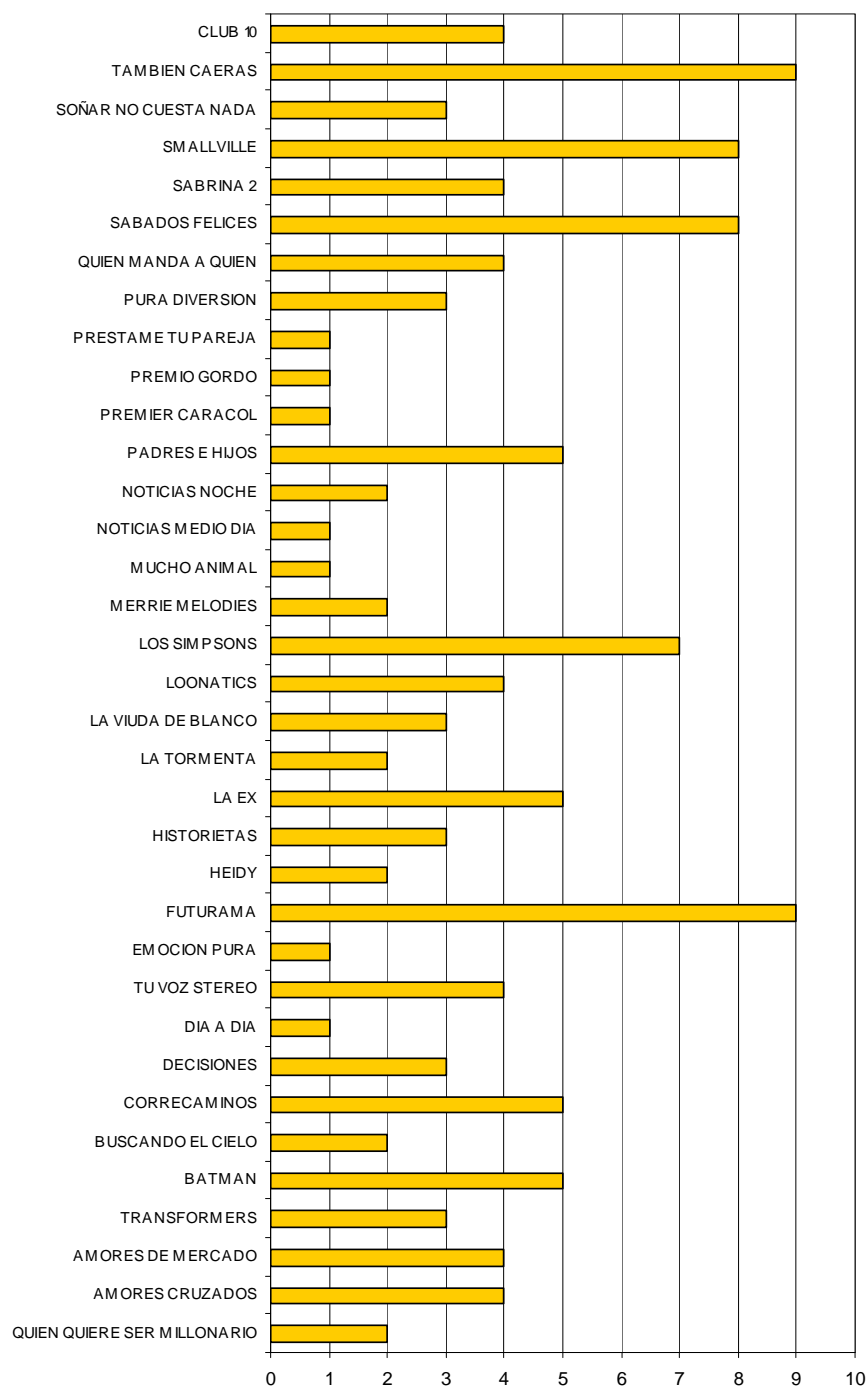


Gráfico 75. Programas de Caracol que ven los niños de 6 a 7 años

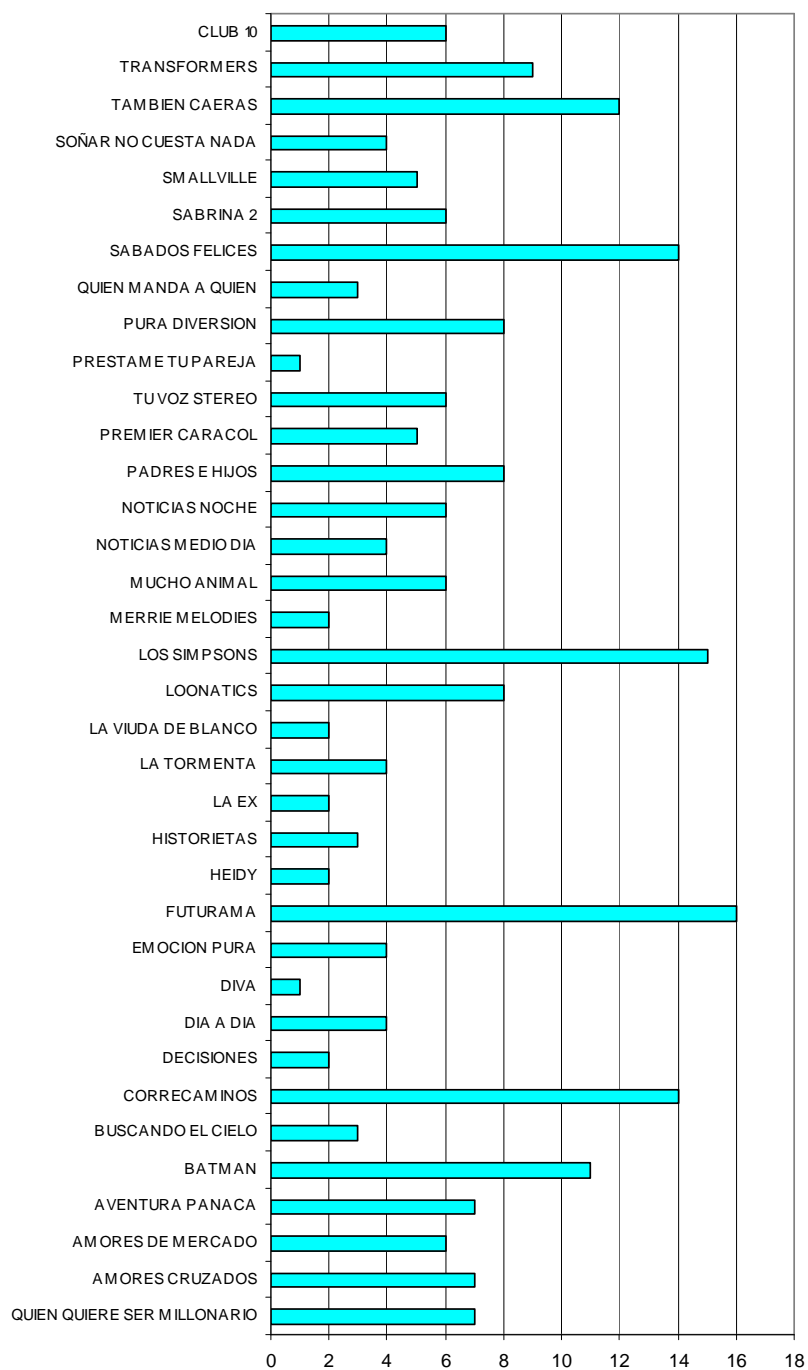


Gráfico 76. Programas de Cartoon Network que ven las niñas de 8 a 9 años

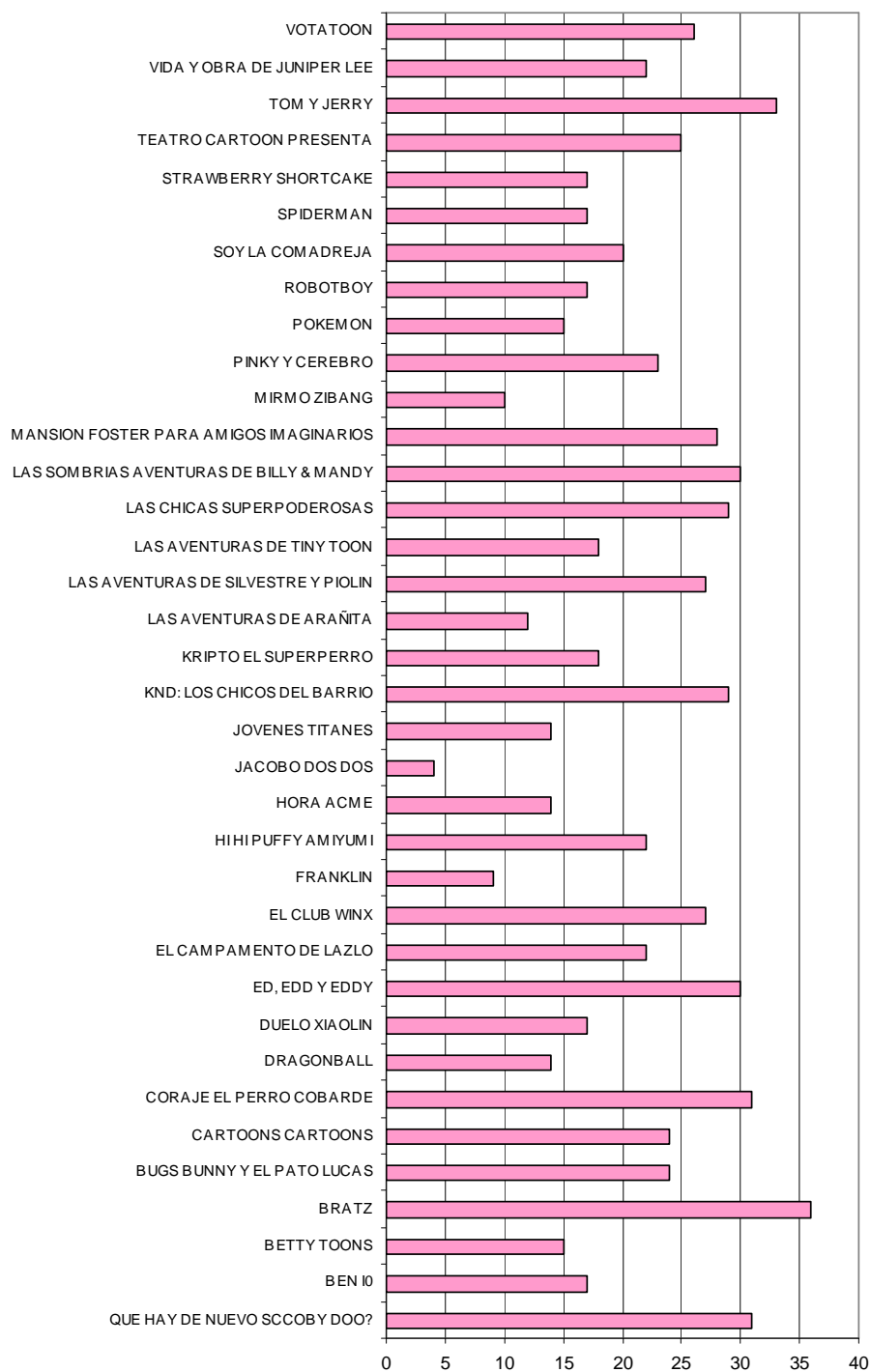


Gráfico 77. Programas de Cartoon Network que ven los niños de 8 a 9 años

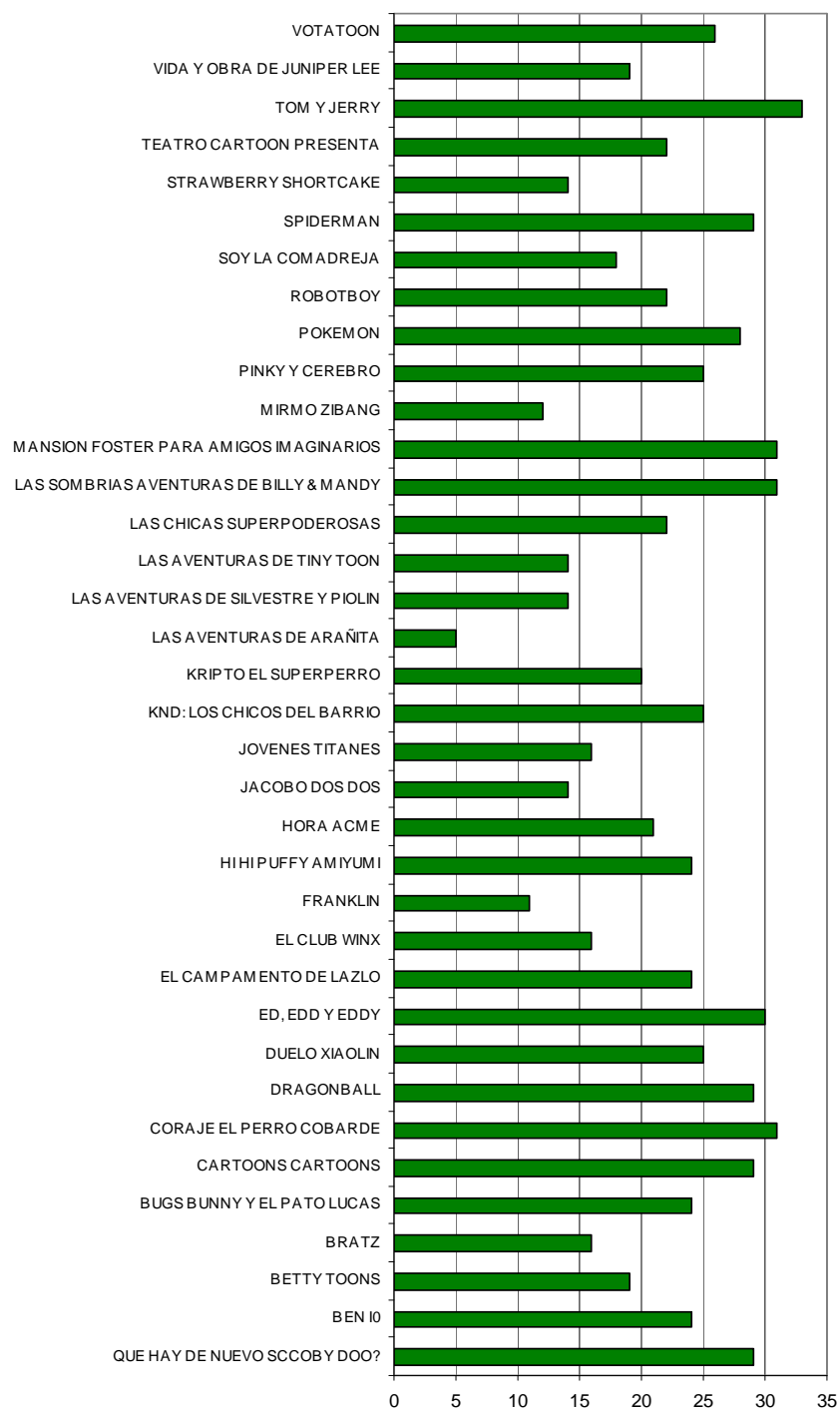


Gráfico 78. Programas de Disney Channel que ven las niñas de 8 a 9 años

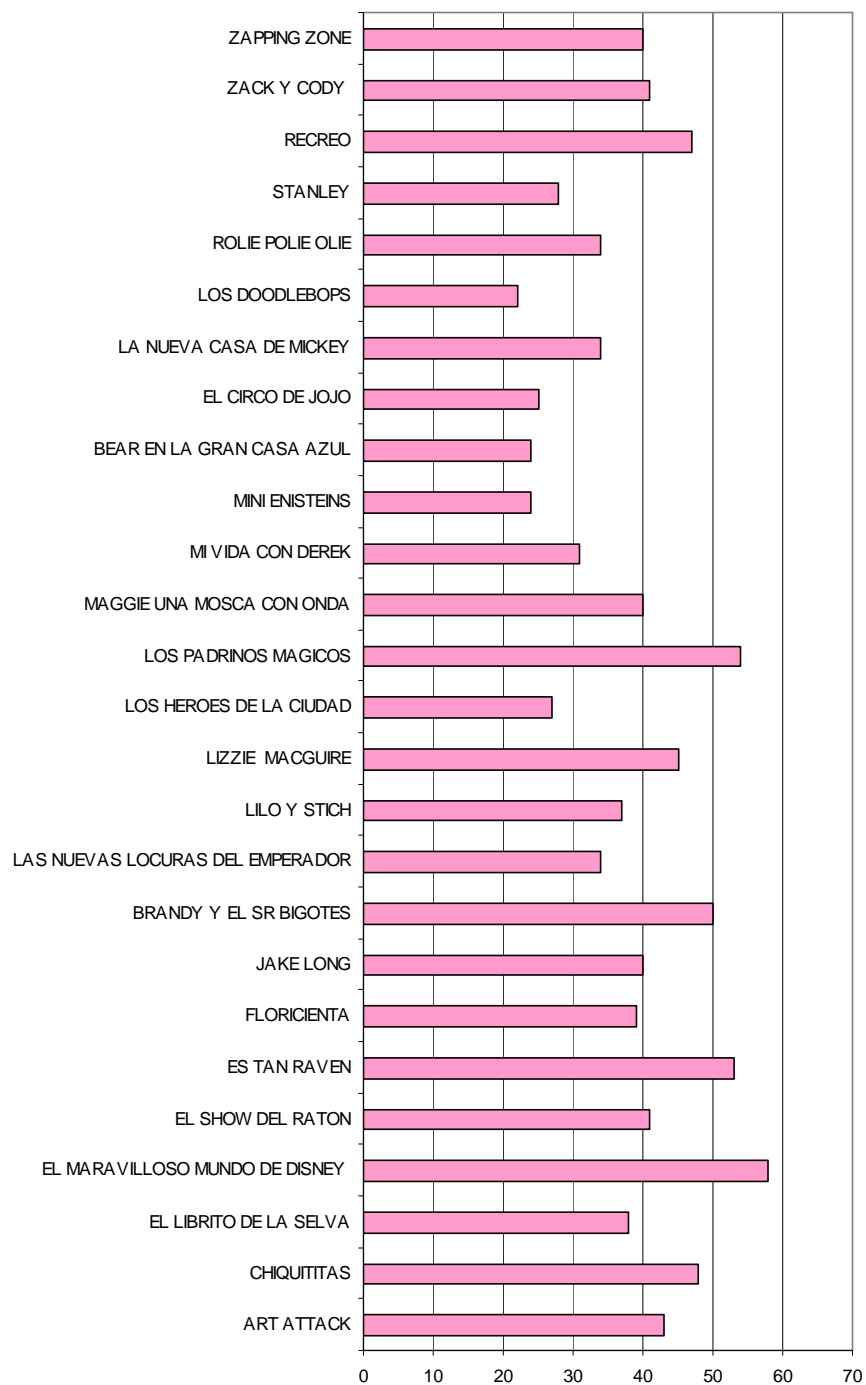


Gráfico 79. Programas de Disney Channel que ven los niños de 8 a 9 años

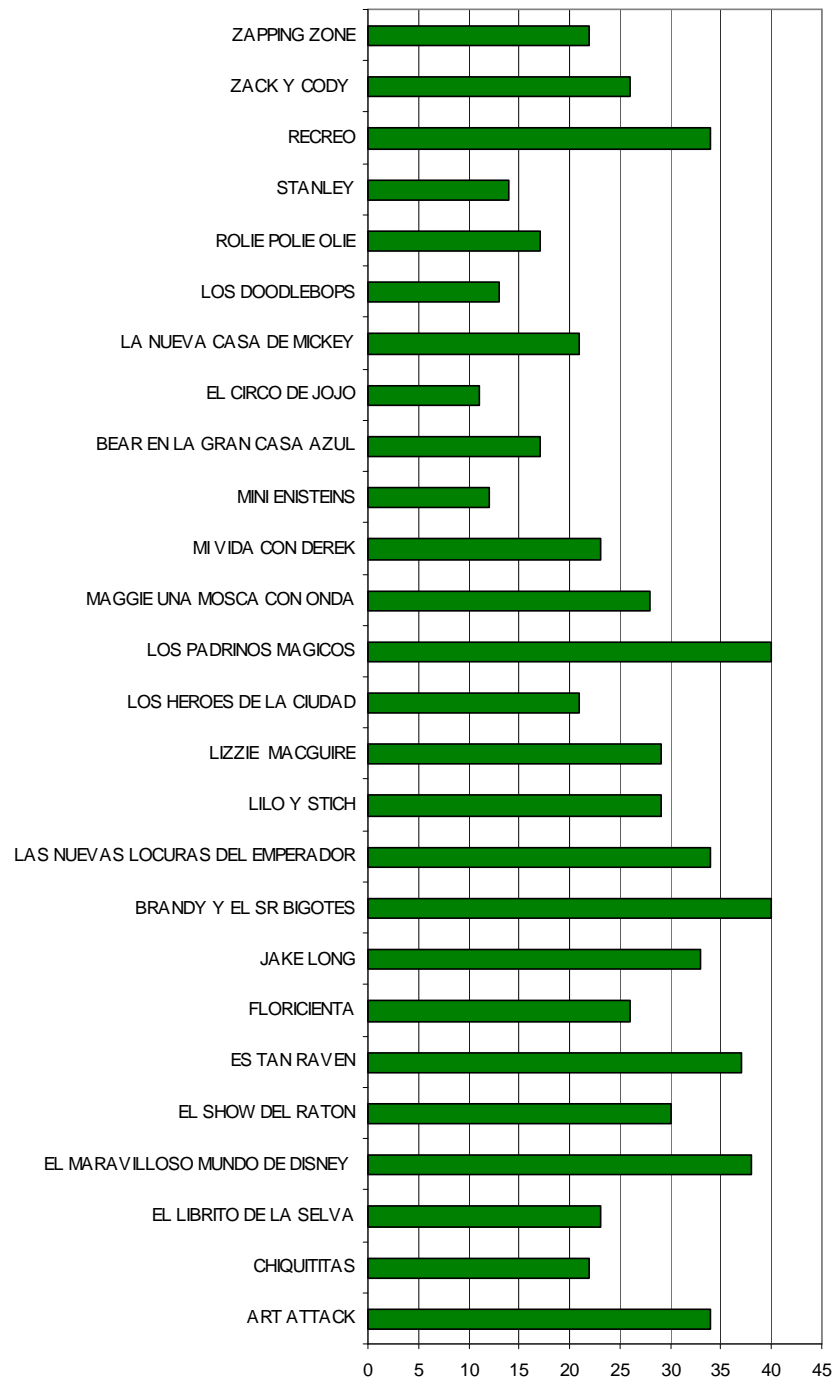


Gráfico 80. Programas de Discovery Kids que ven las niñas de 8 a 9 años

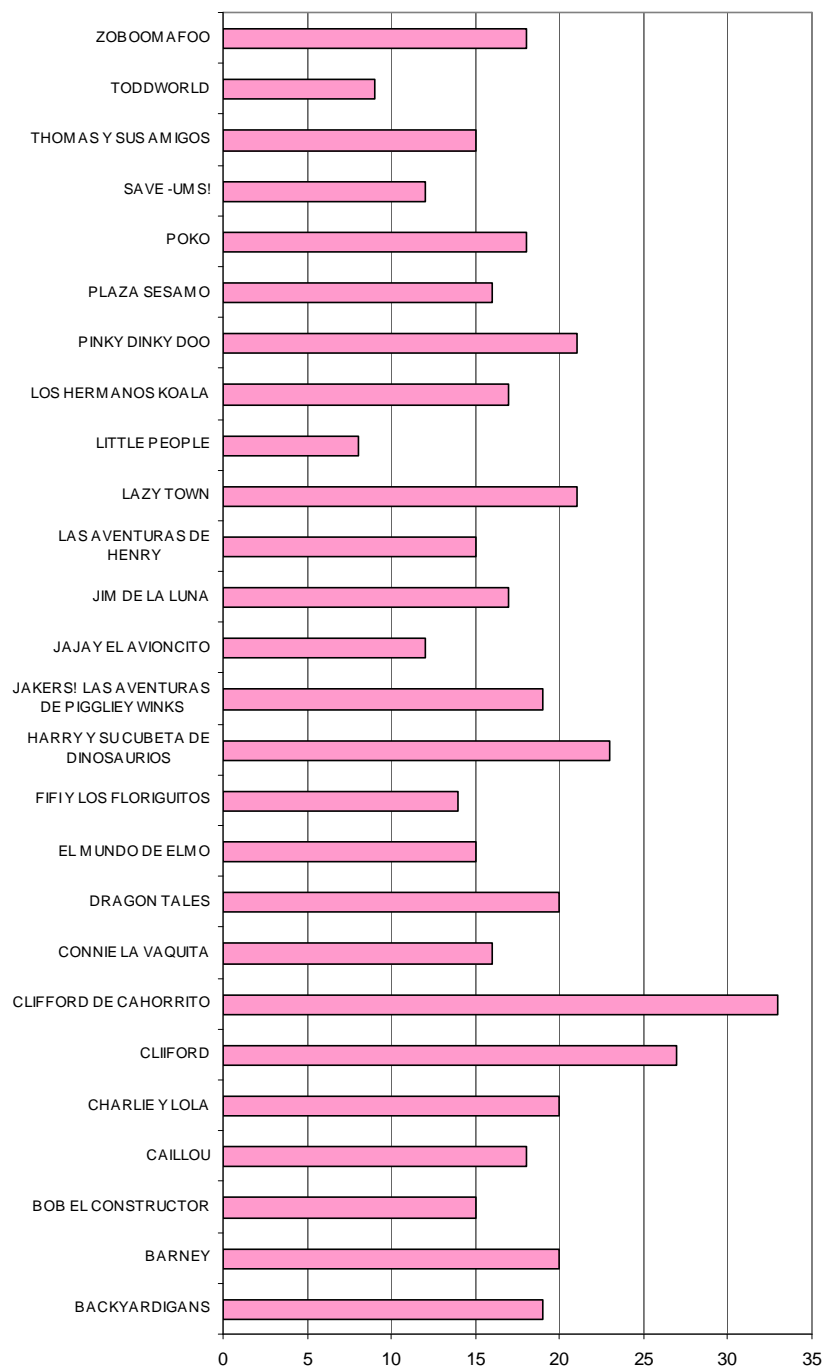


Gráfico 81. Programas de Discovery Kids que ven los niños de 8 a 9 años

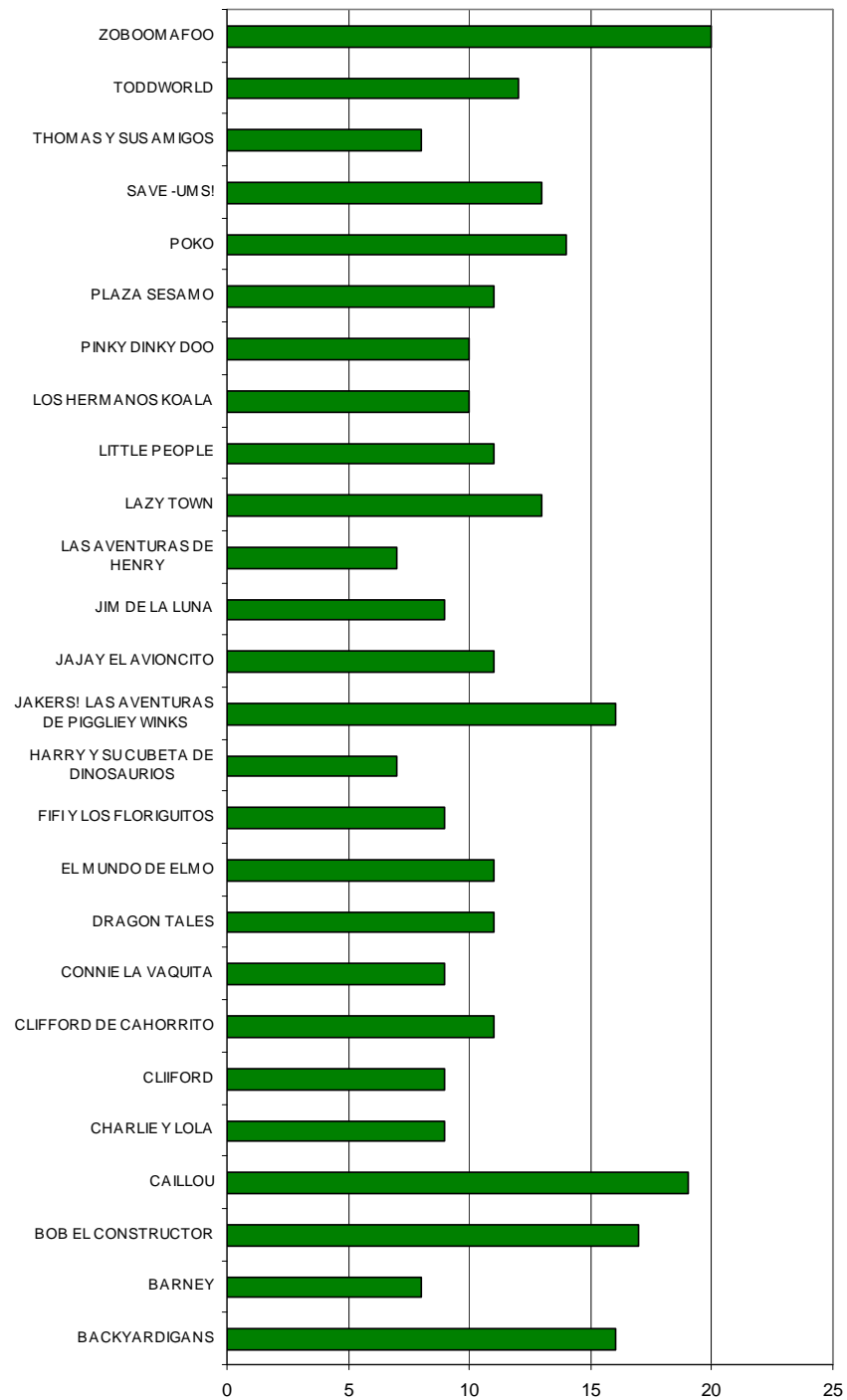


Gráfico 82. Programas de Jetix que ven las niñas de 8 a 9 años

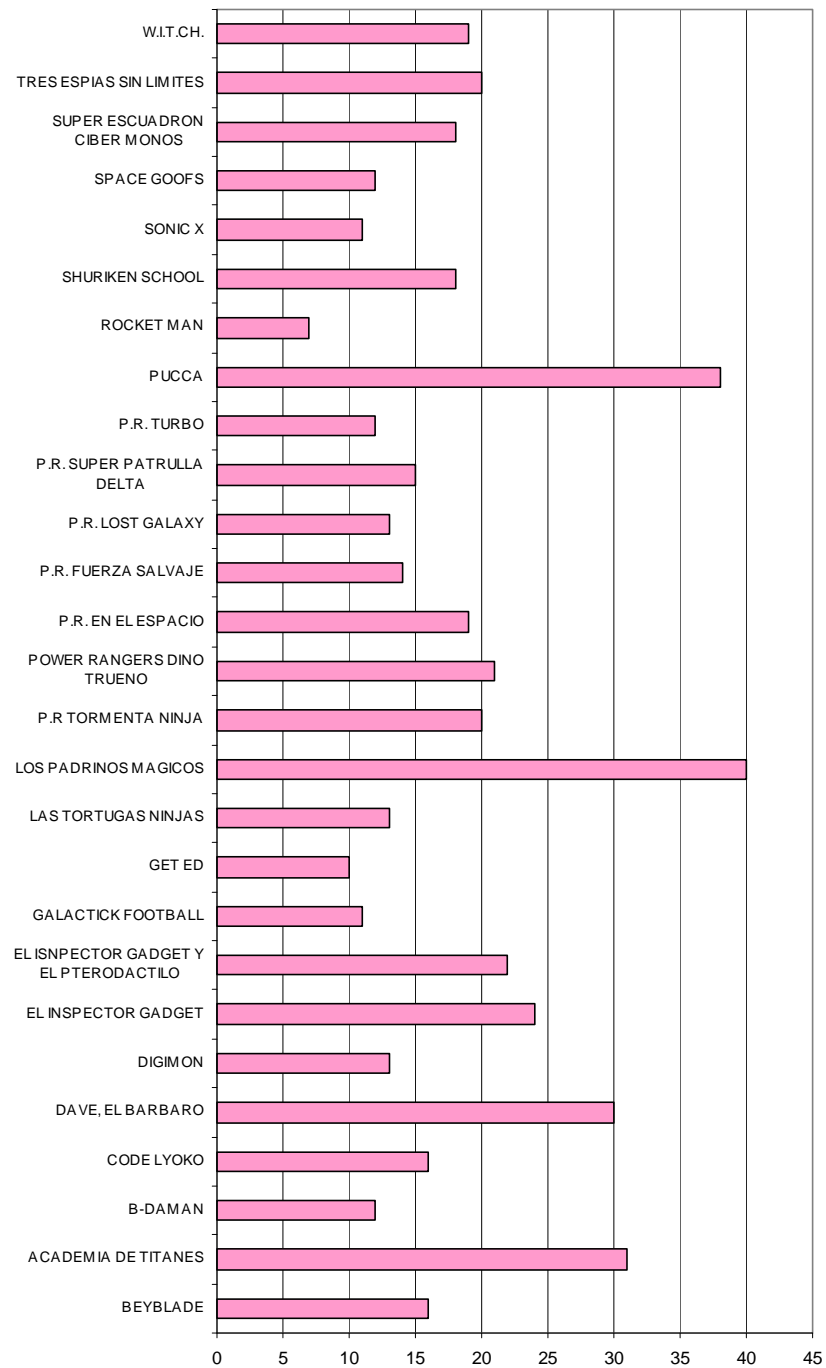


Gráfico 83. Programas de Jetix que ven los niños de 8 a 9 años

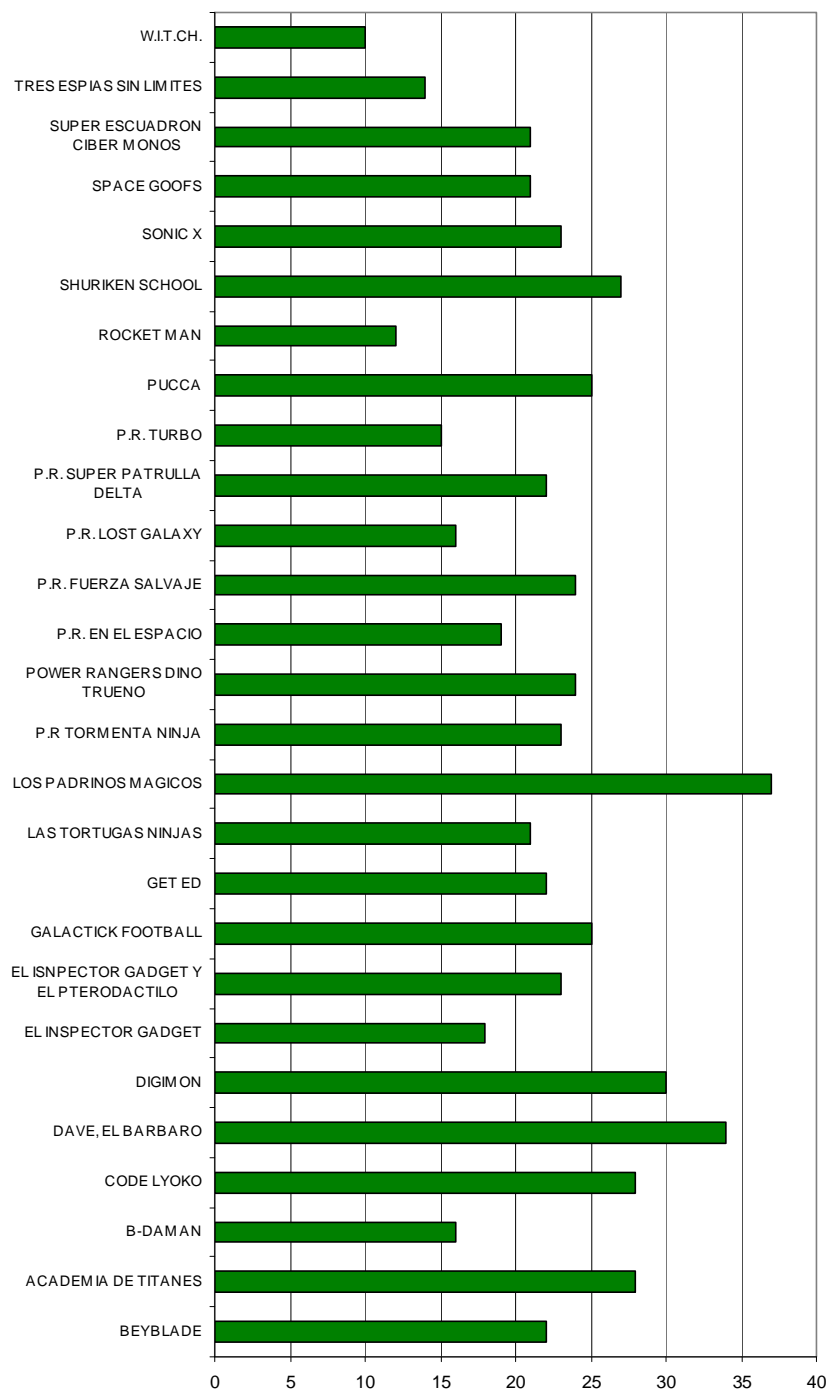


Gráfico 84. Programas de Boomerang que ven las niñas de 8 a 9 años

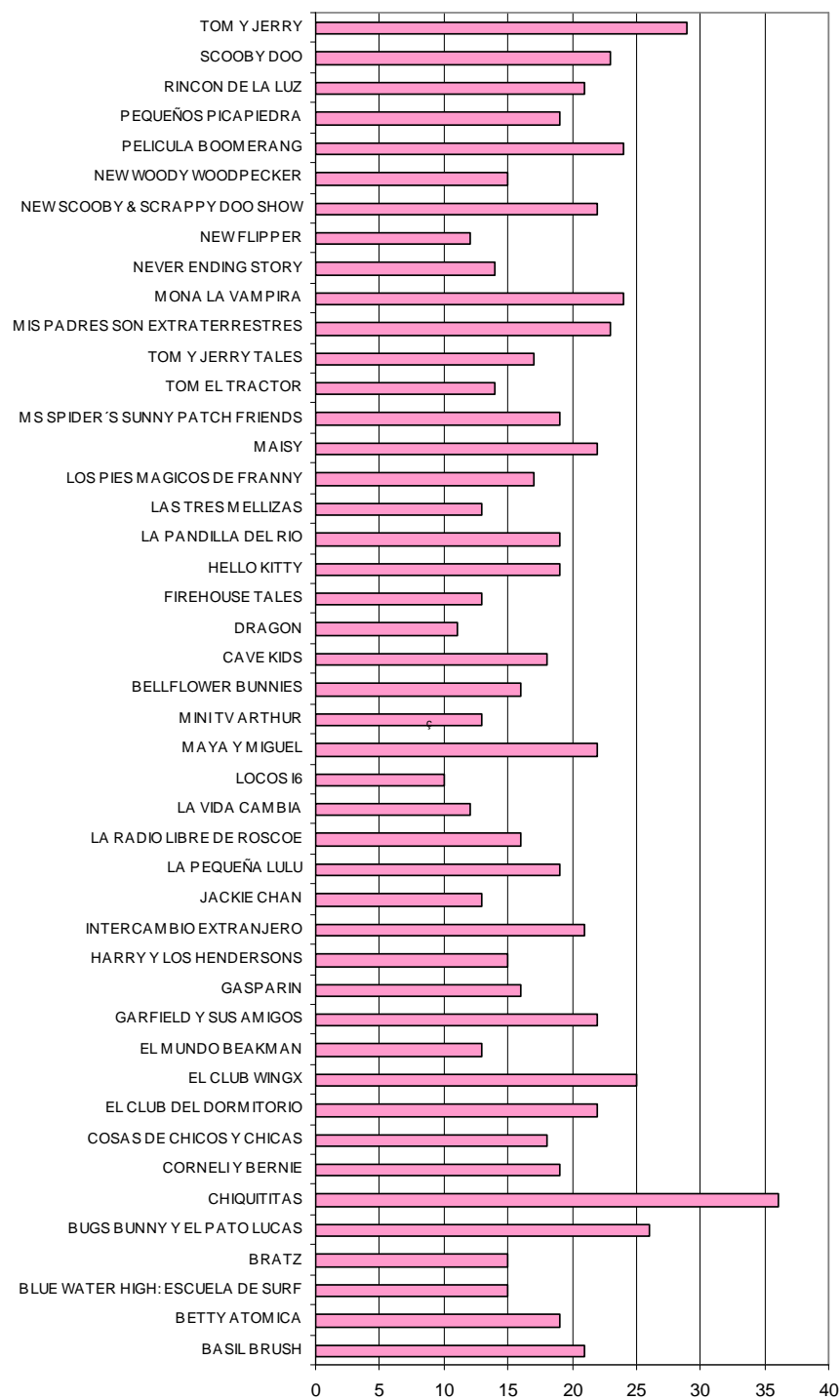


Gráfico 85. Programas de Boomerang que ven los niños de 8 a 9 años

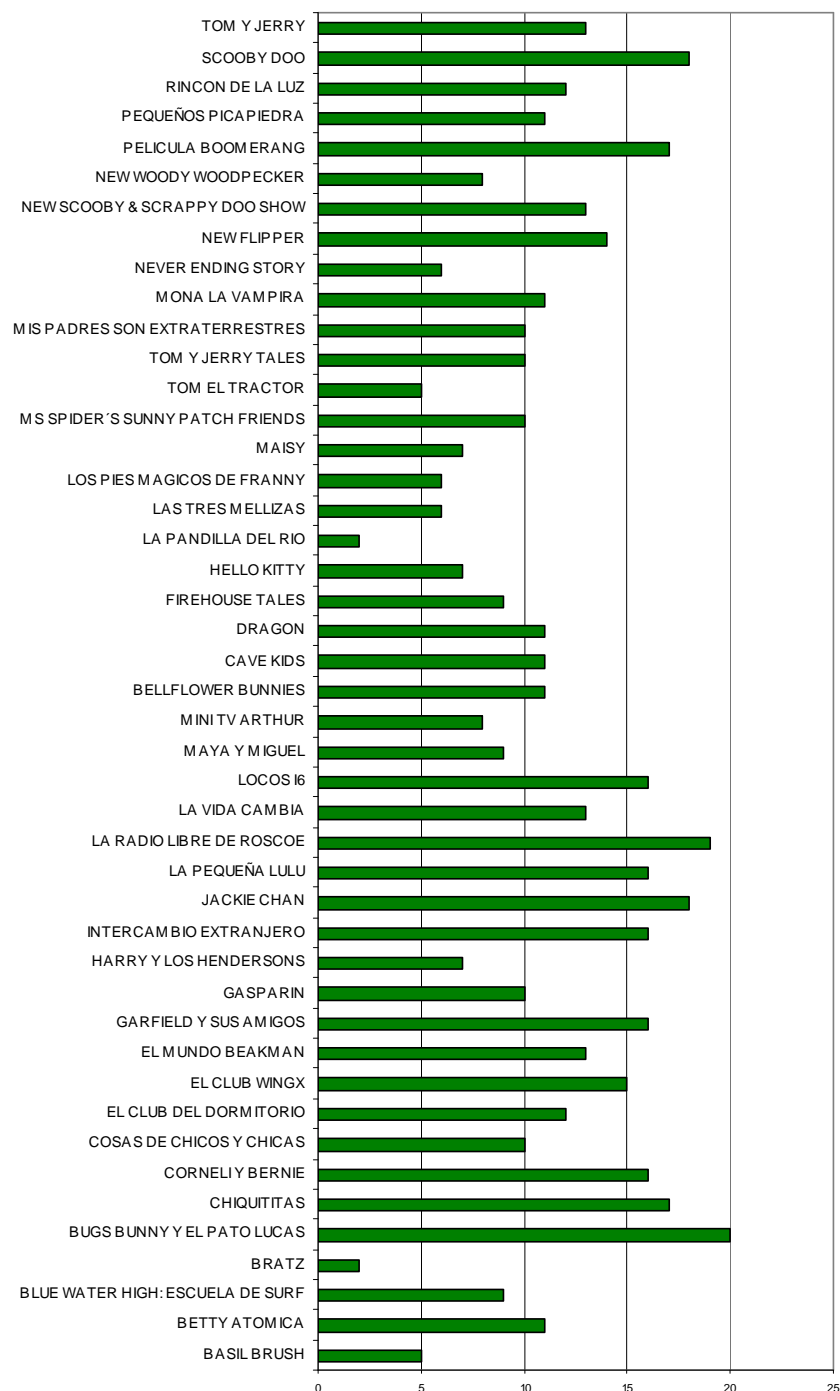


Gráfico 86. Programas de Nickelodeon que ven las niñas de 8 a 9 años

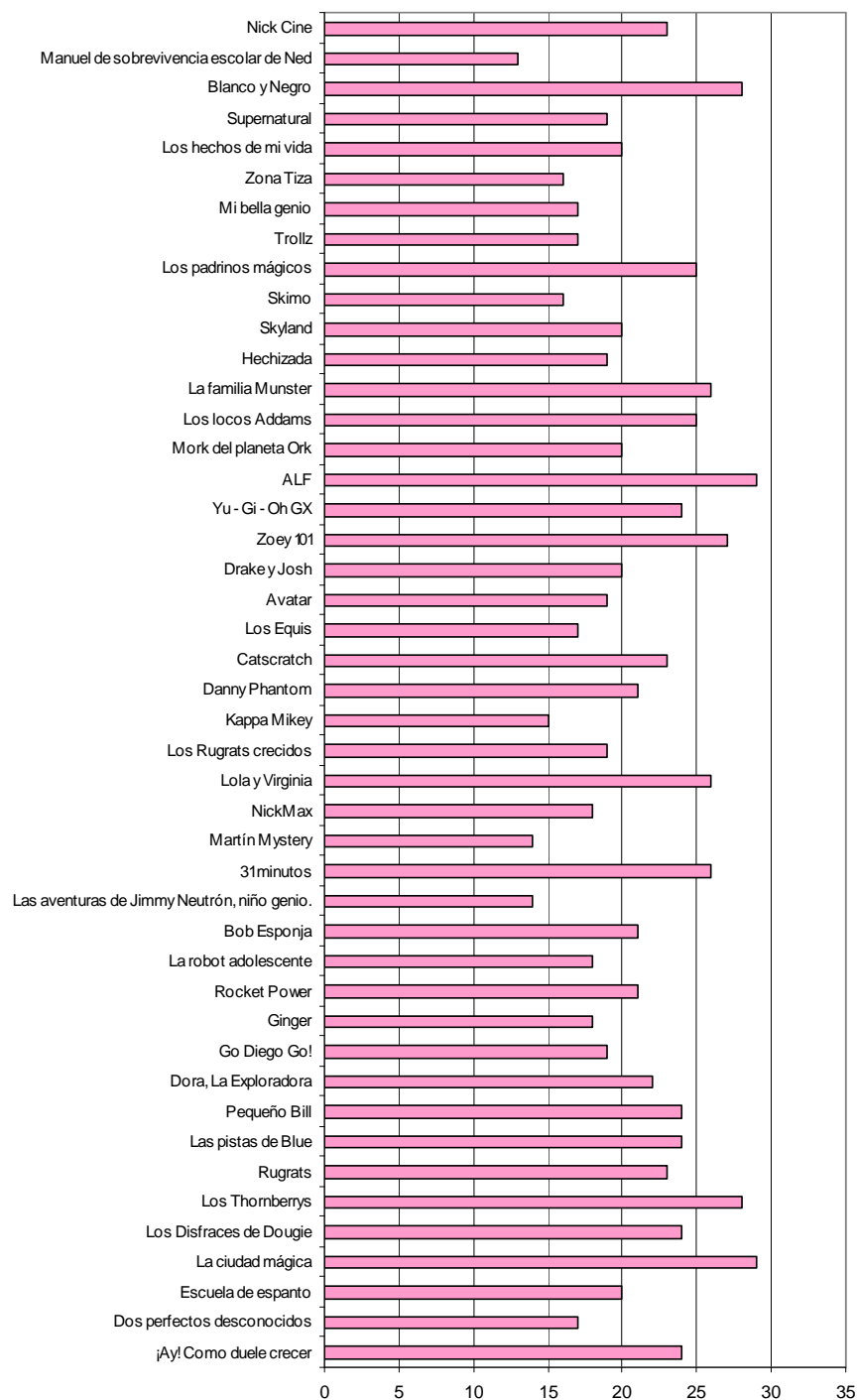


Gráfico 87. Programas de Nickelodeon que ven los niños de 8 a 9 años

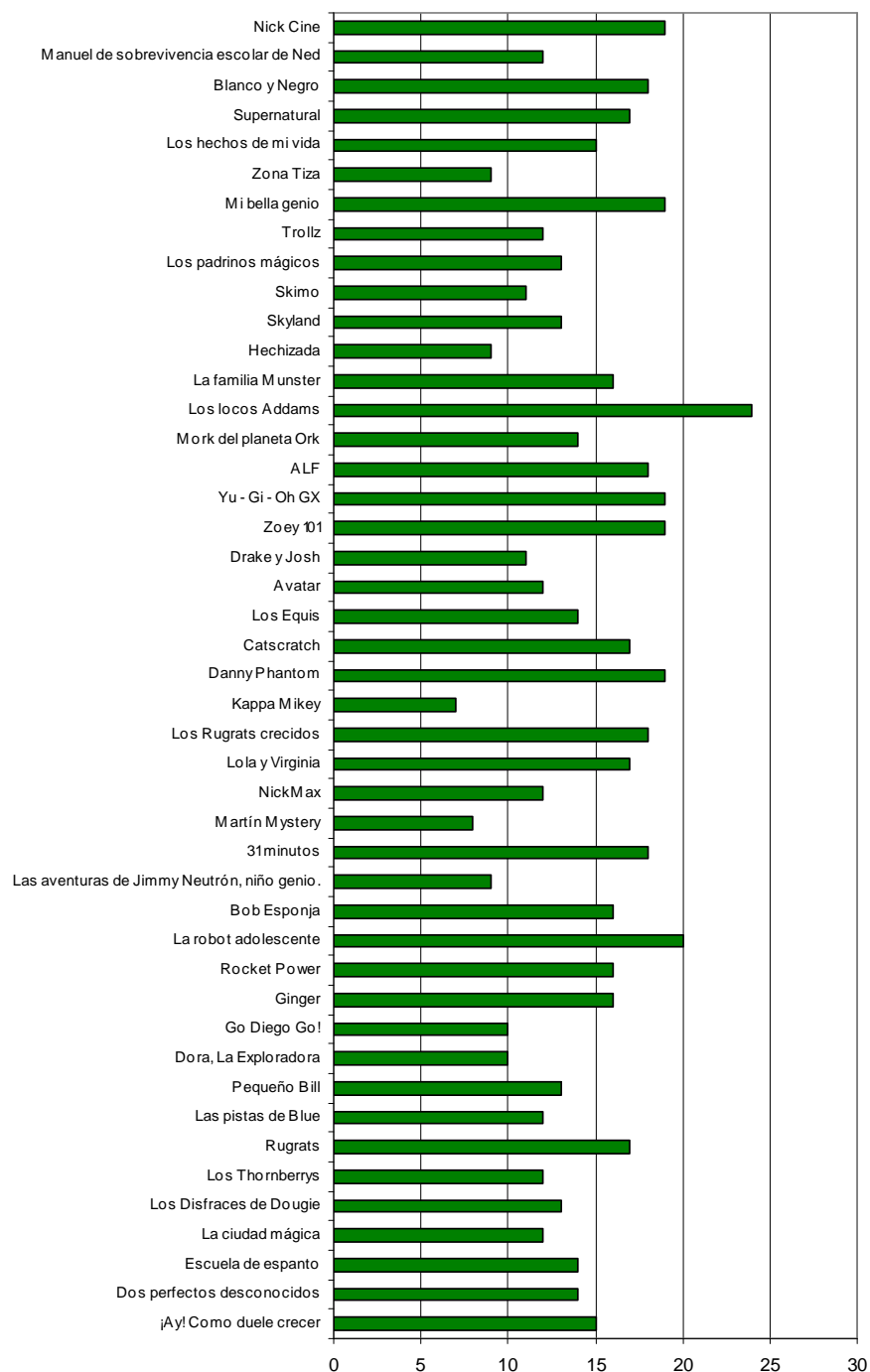


Gráfico 88. Programas de Animal Planet que ven las niñas de 8 a 9 años

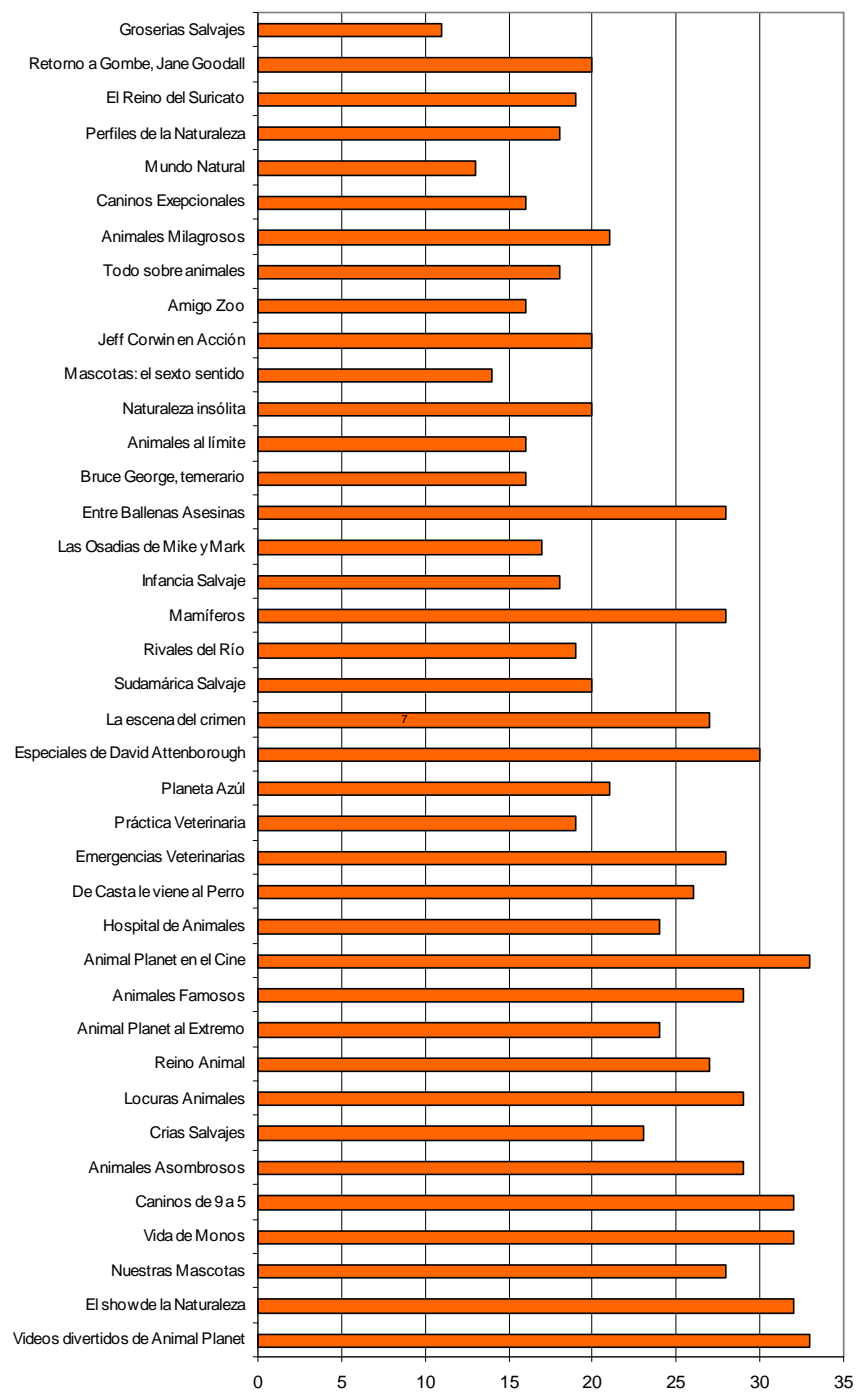


Gráfico 89. Programas de Animal Planet que ven los niños de 8 a 9 años

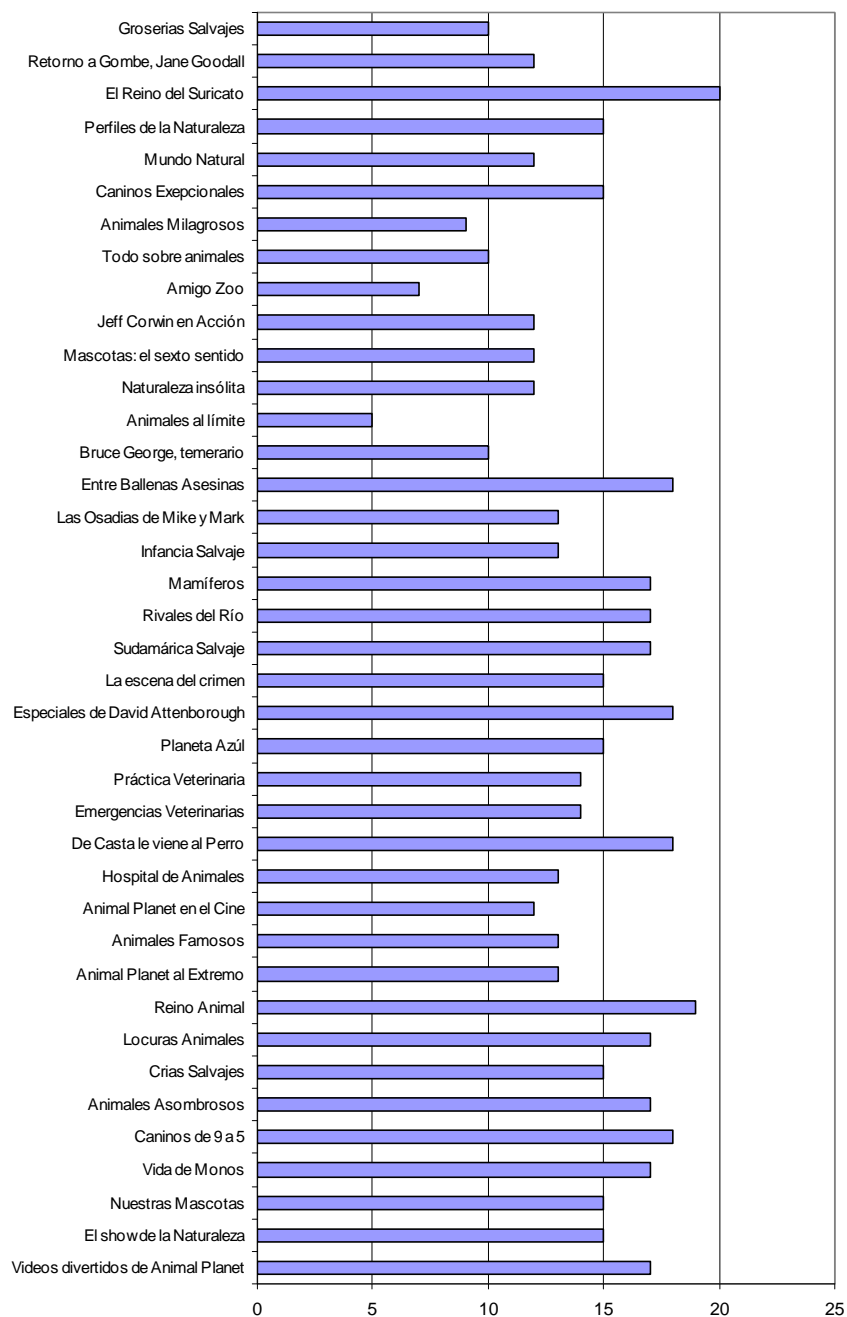


Gráfico 90. Programas de RCN que ven las niñas de 8 a 9 años

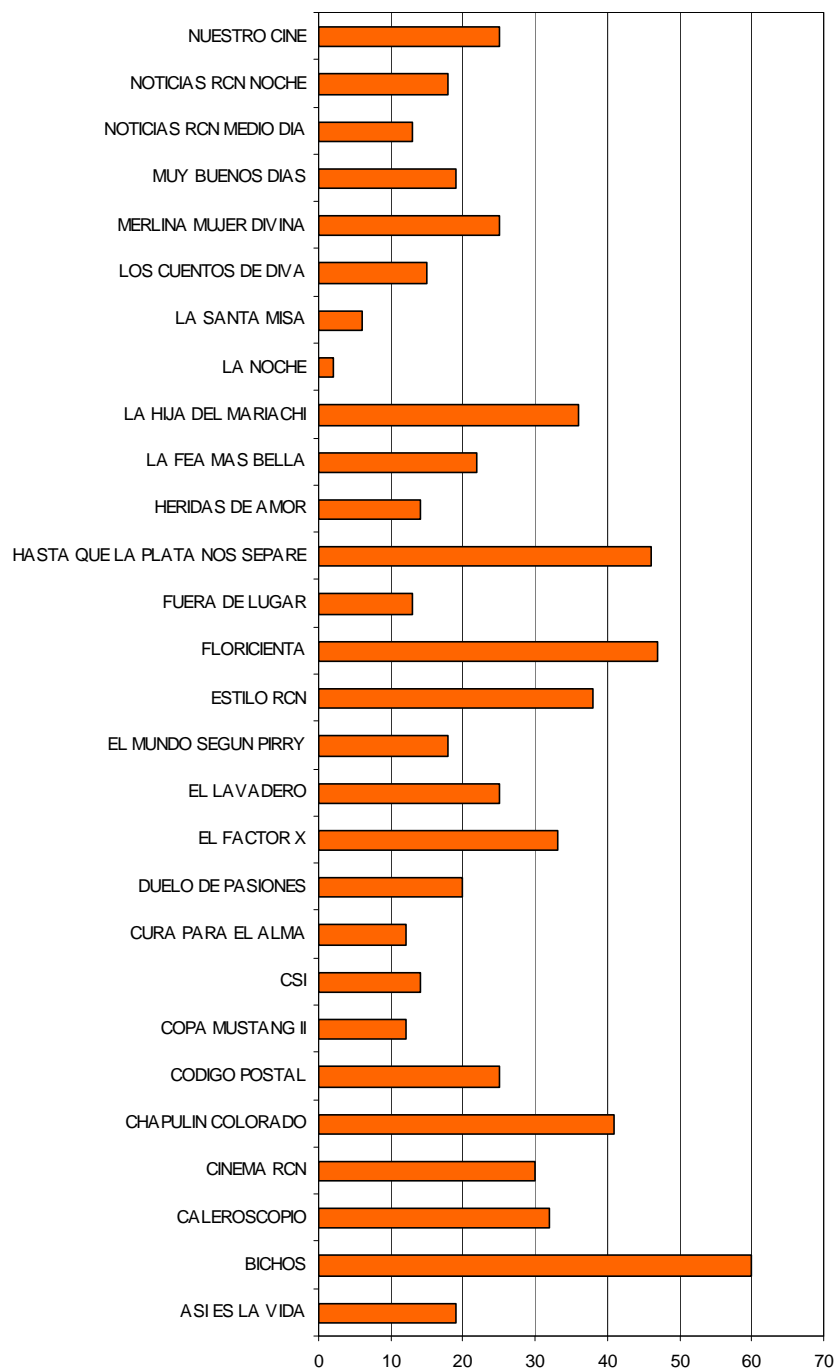


Gráfico 91. Programas de RCN que ven los niños de 8 a 9 años

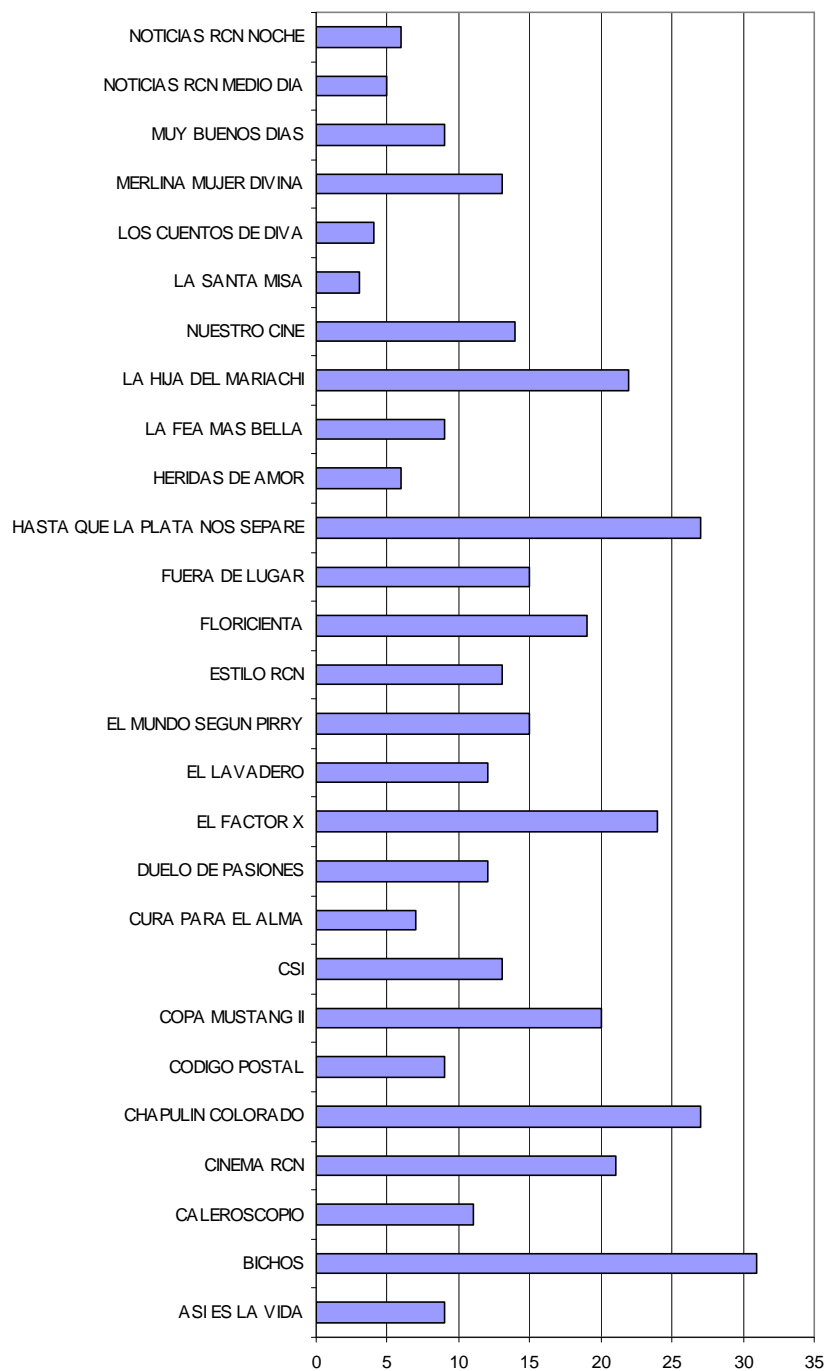


Gráfico 92. Programas de Caracol que ven las niñas de 8 a 9 años

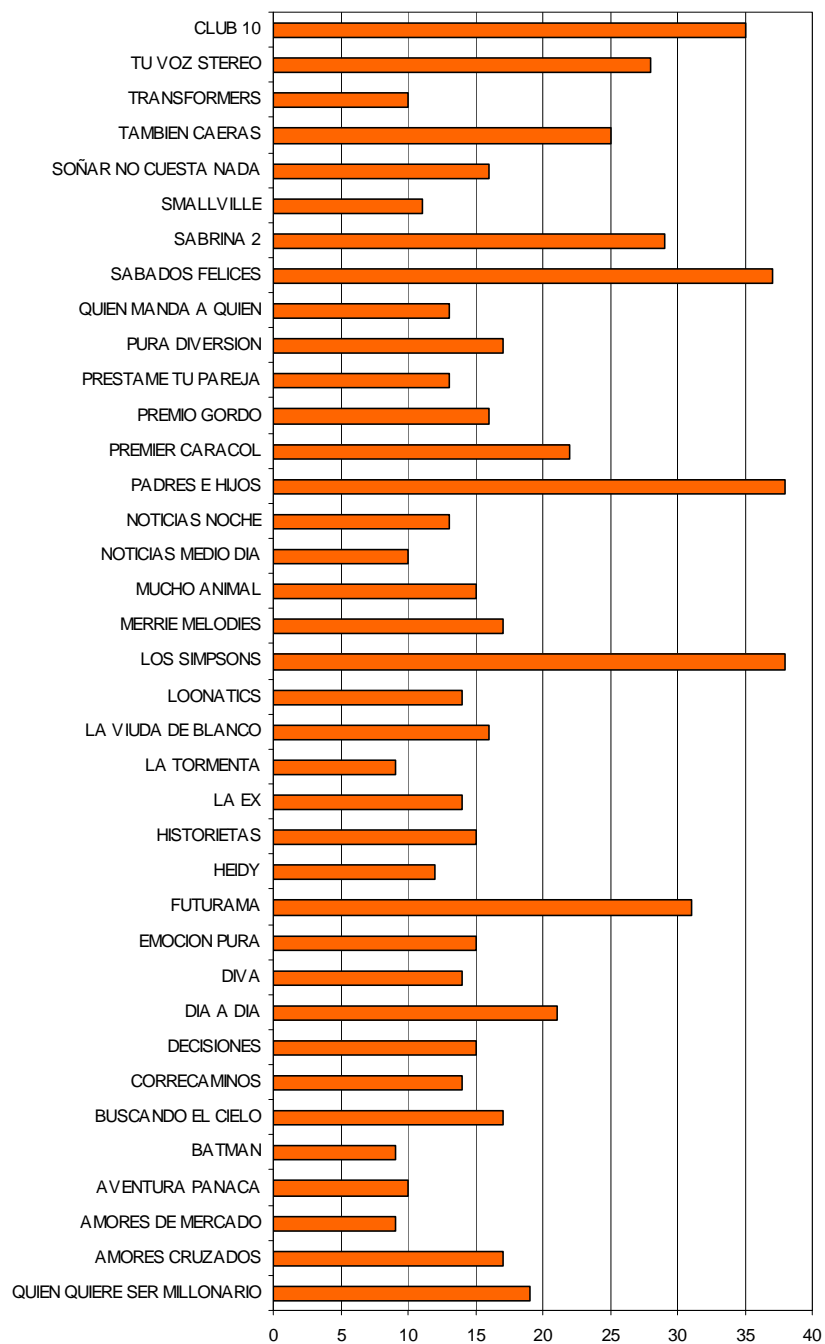


Gráfico 93. Programas de Caracol que ven los niños de 8 a 9 años.

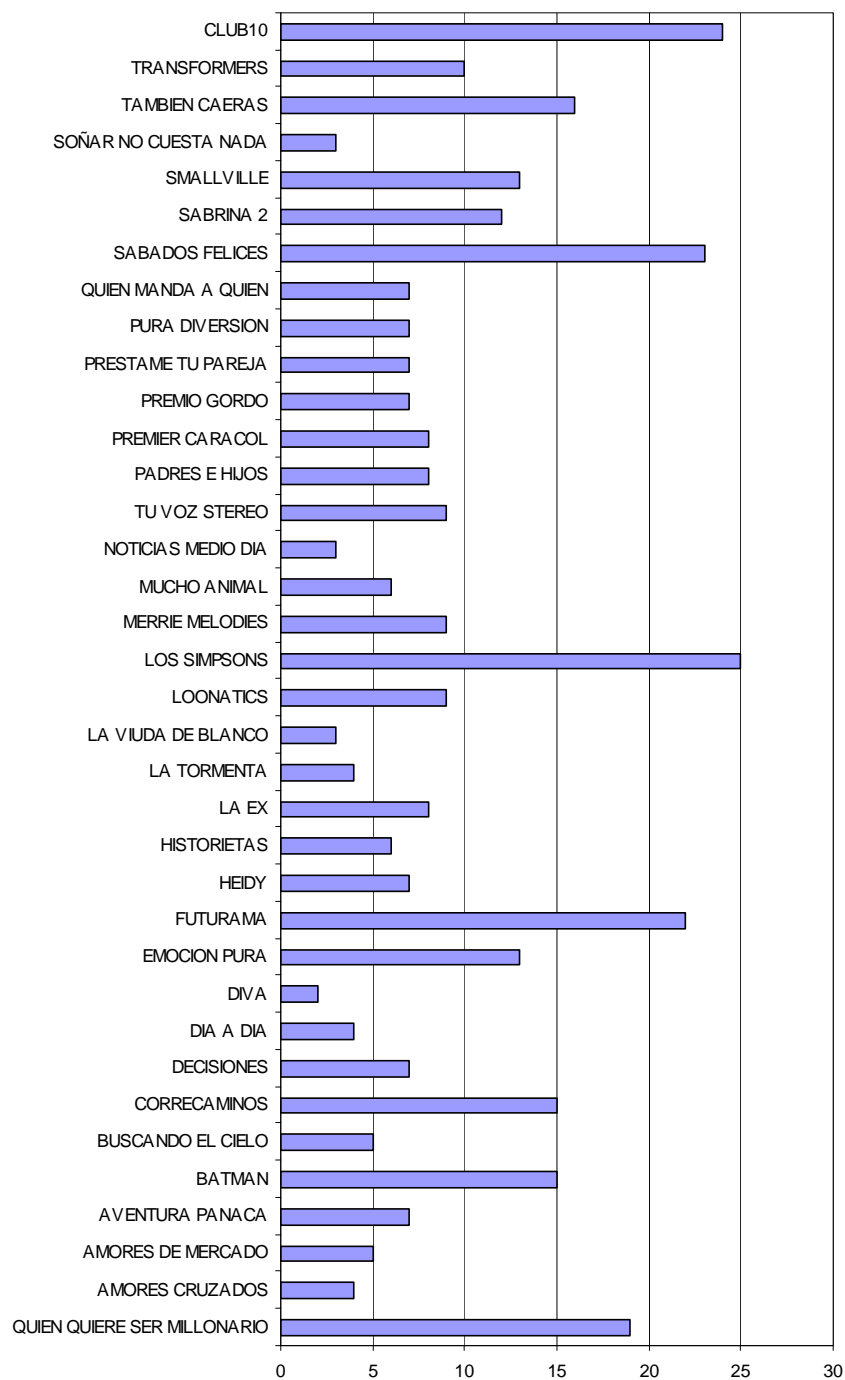


Gráfico 94. Programas de Cartoon Network que ven las niñas de 10 a 12 años

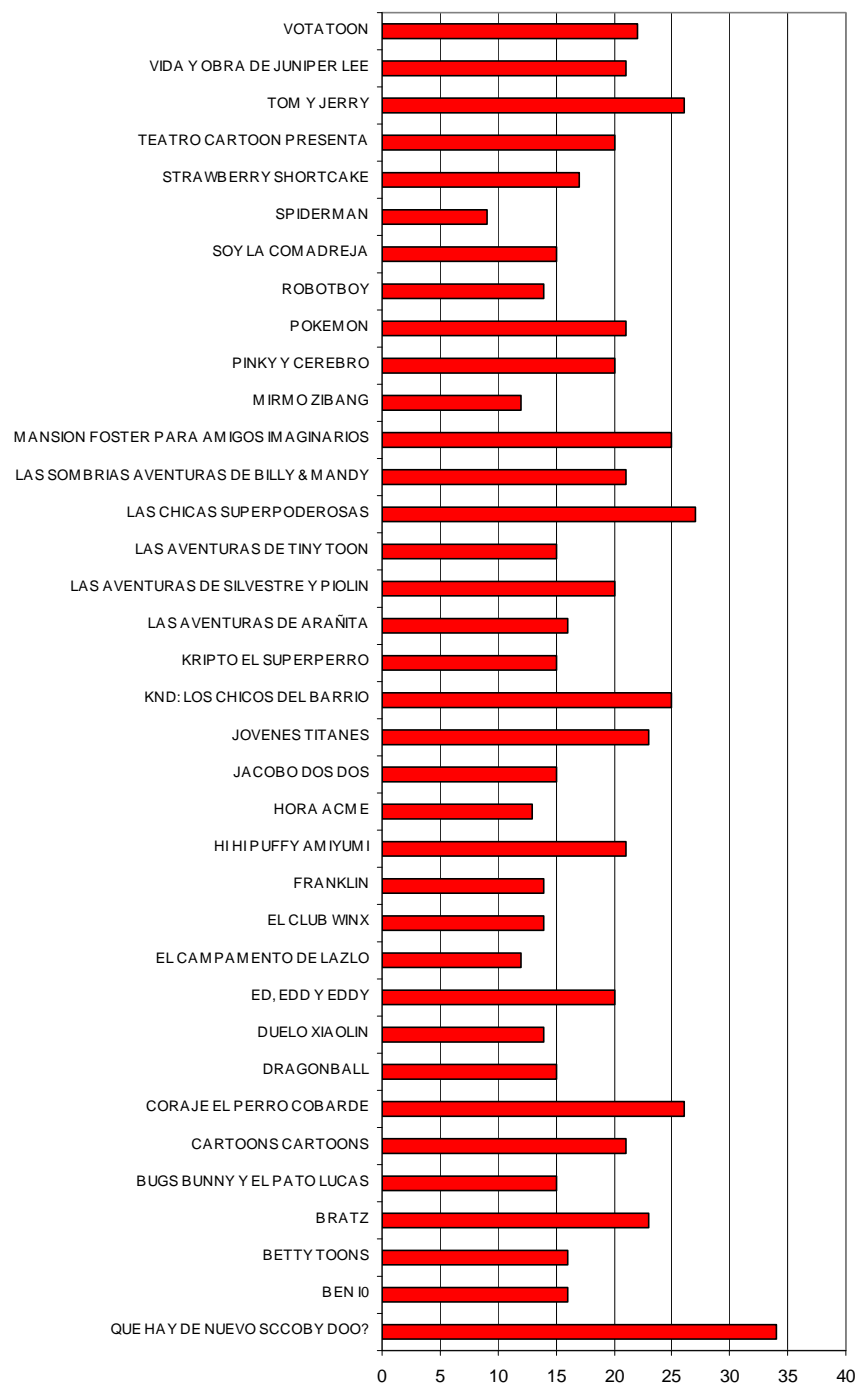


Gráfico 95. Programas de Cartoon Network que ven los niños de 10 a 12 años

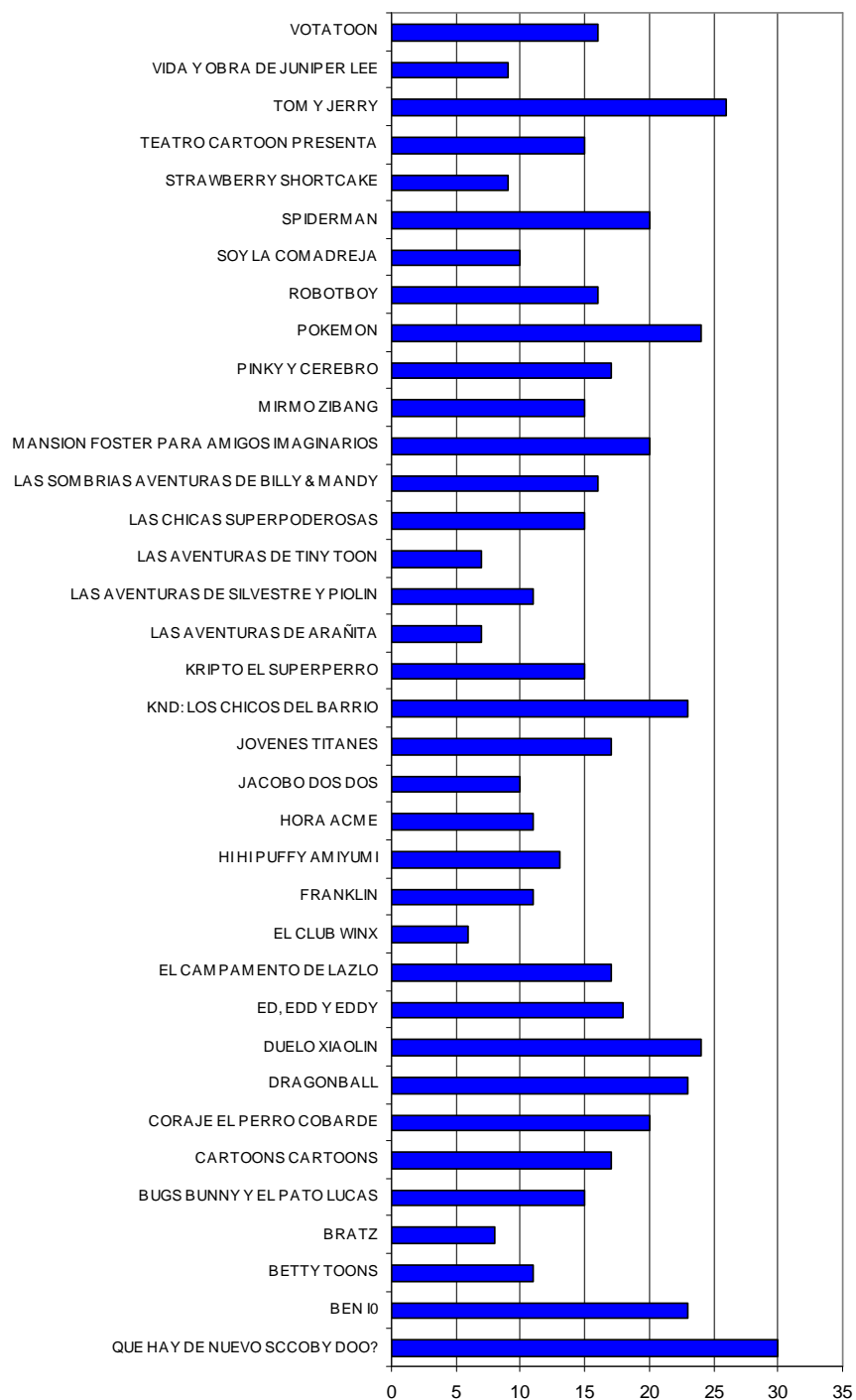


Gráfico 96. Programas de Disney Channel que ven las niñas de 10 a 12 años

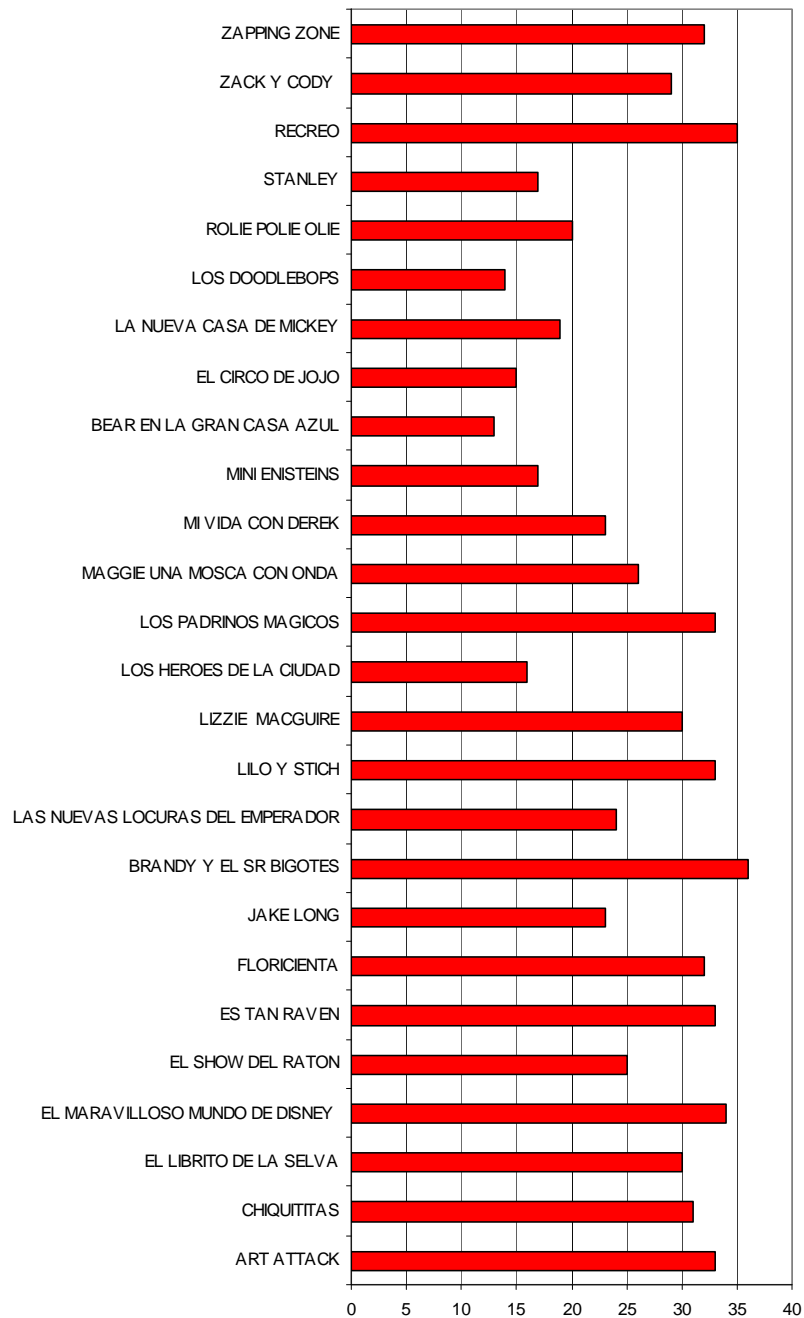


Gráfico 97. Programas de Disney Channel que ven los niños de 10 a 12 años

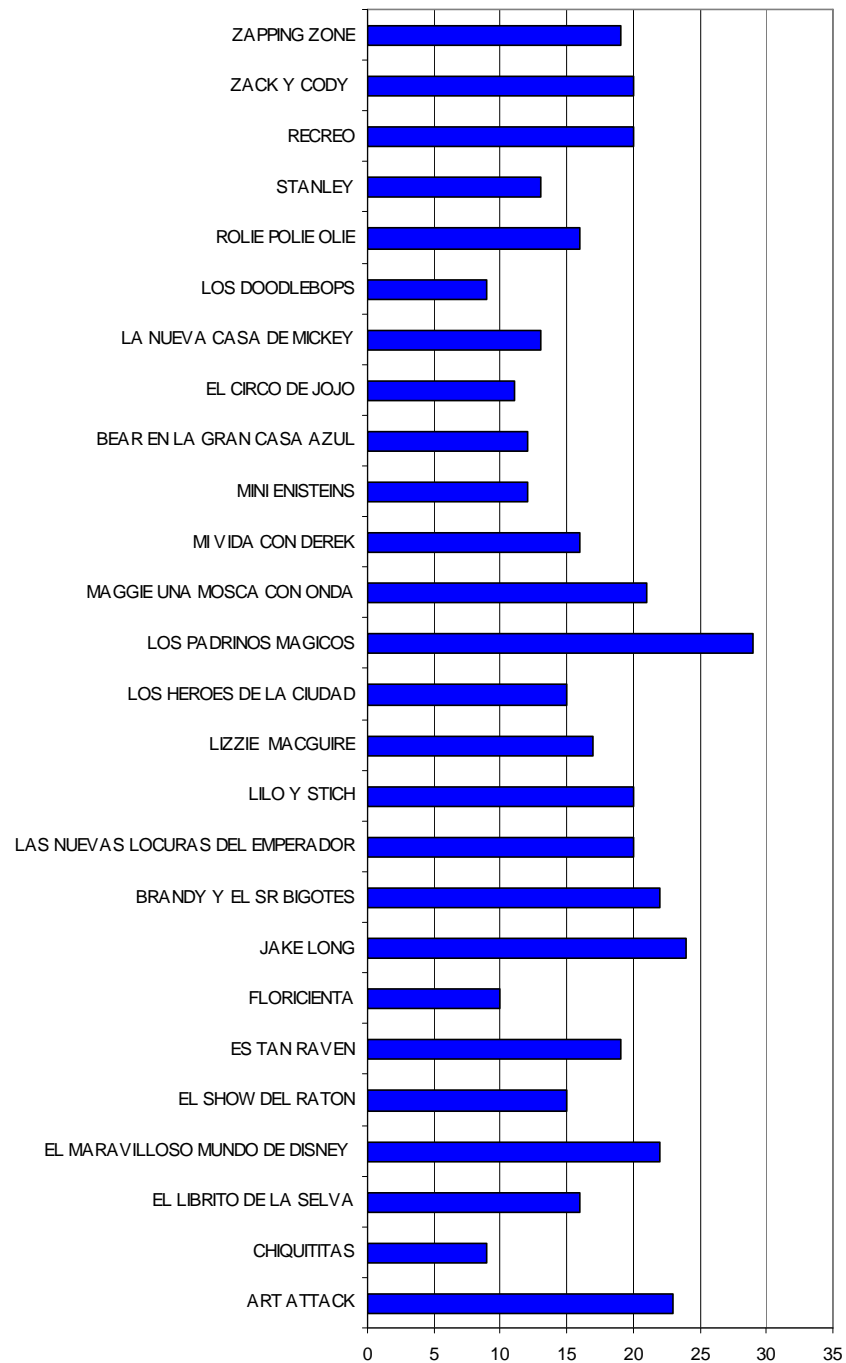


Gráfico 98. Programas de Discovery Kids que ven las niñas de 10 a 12 años

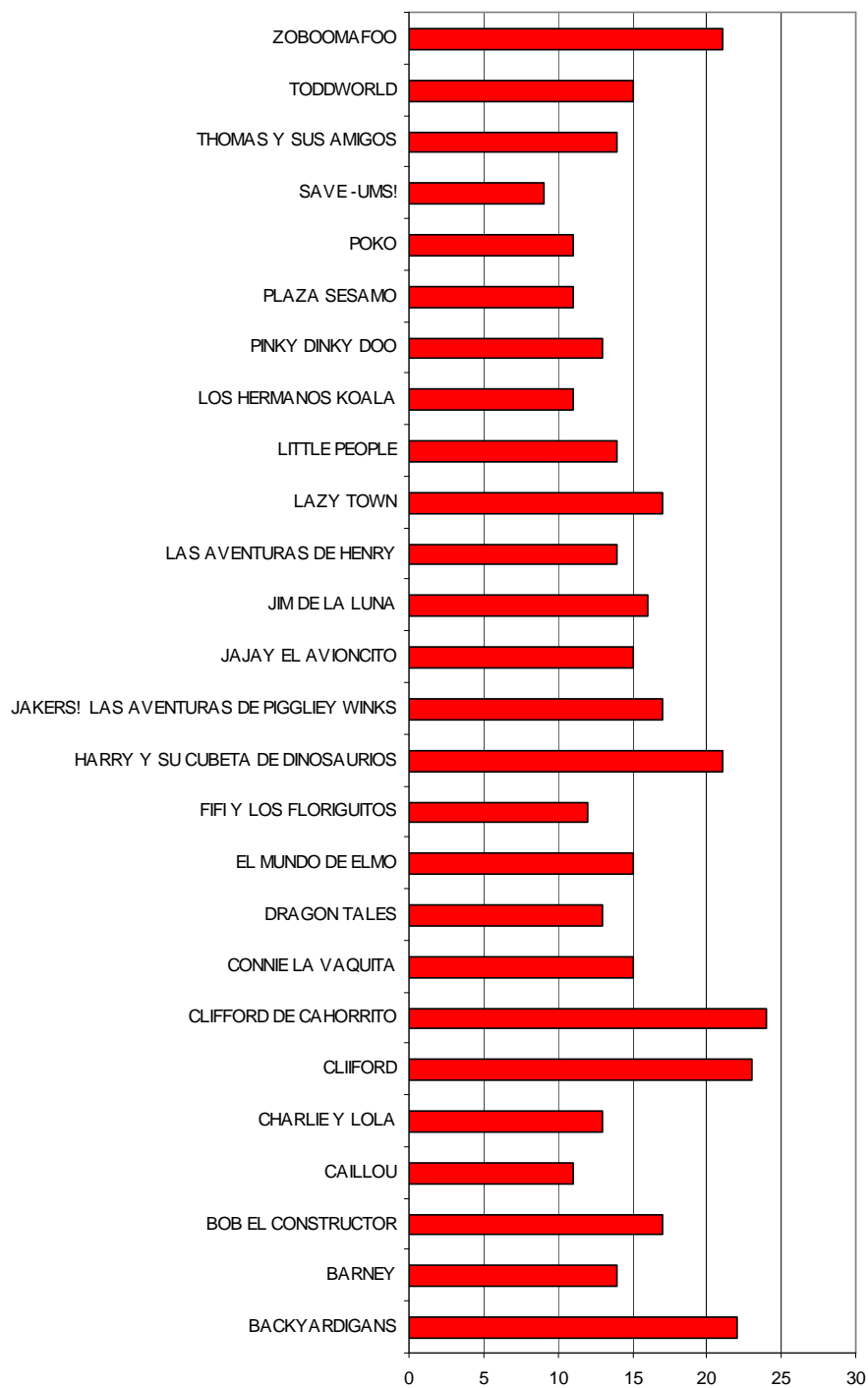


Gráfico 99. Programas de Discovery Kids que ven los niños de 10 a 12 años

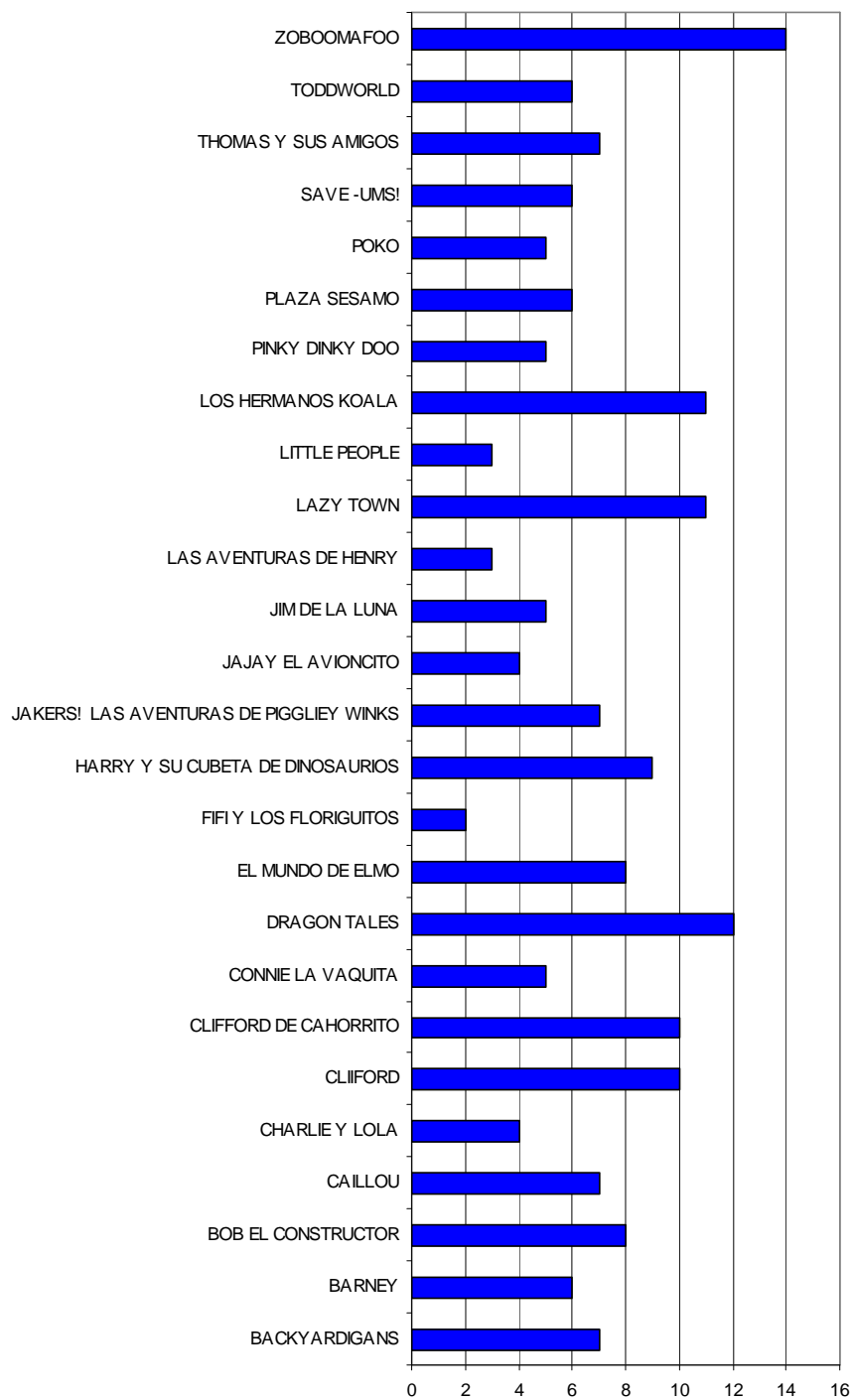


Gráfico 100. Programas de Jetix que ven las niñas de 10 a 12 años

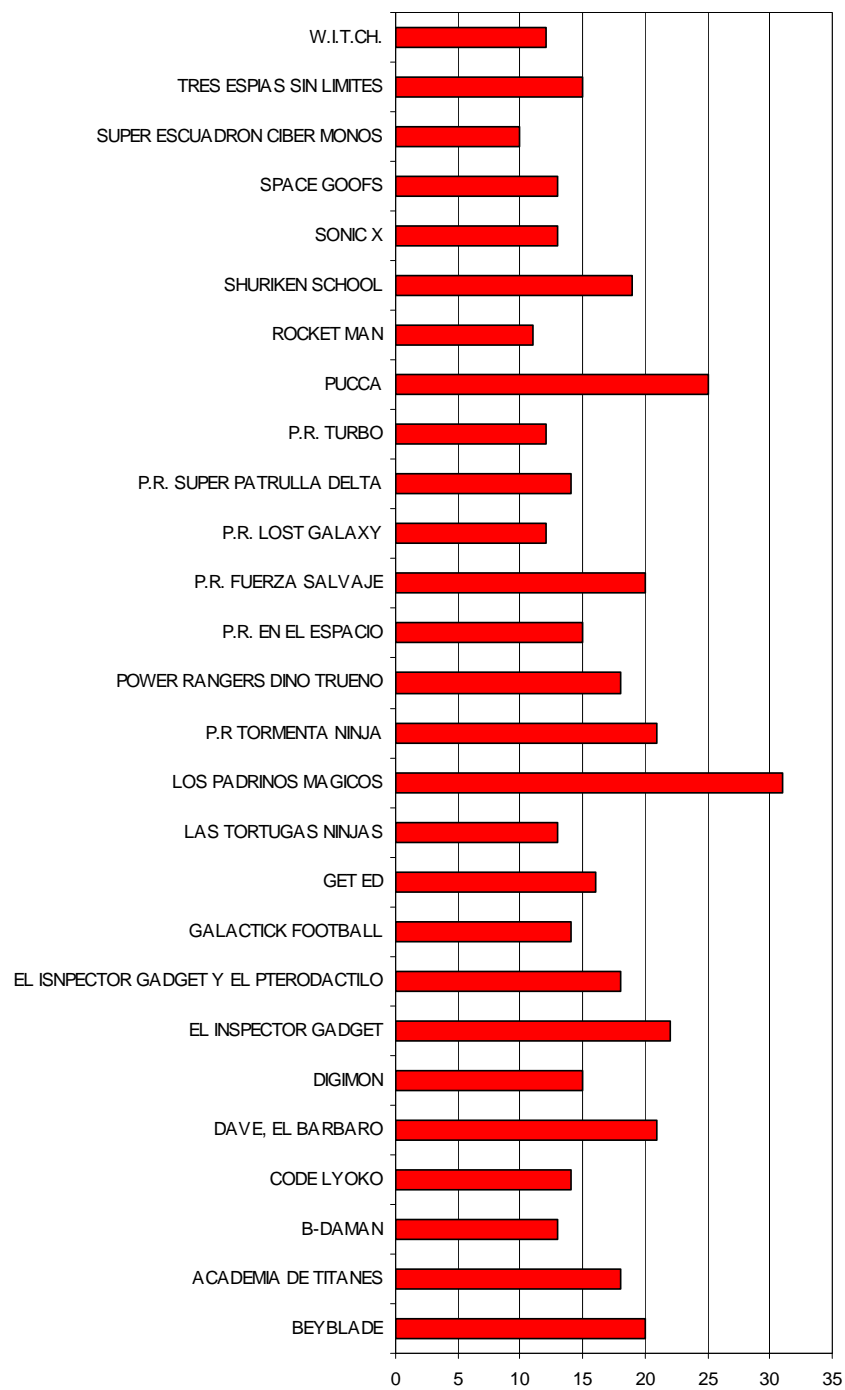


Gráfico 101. Programas de Jetix que ven los niños de 10 a 12 años

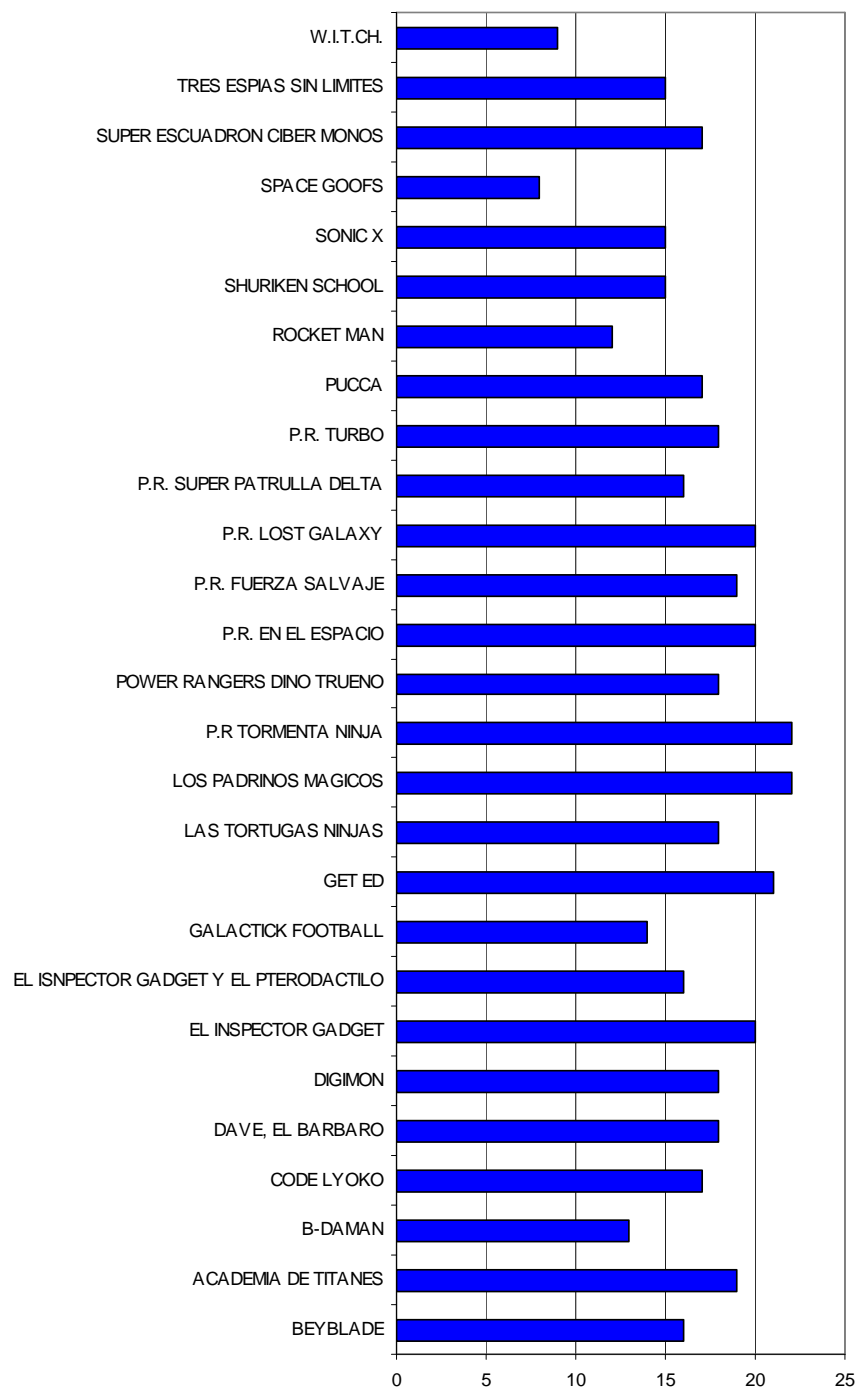


Gráfico 102. Programas de Boomerang que ven las niñas de 10 a 12 años

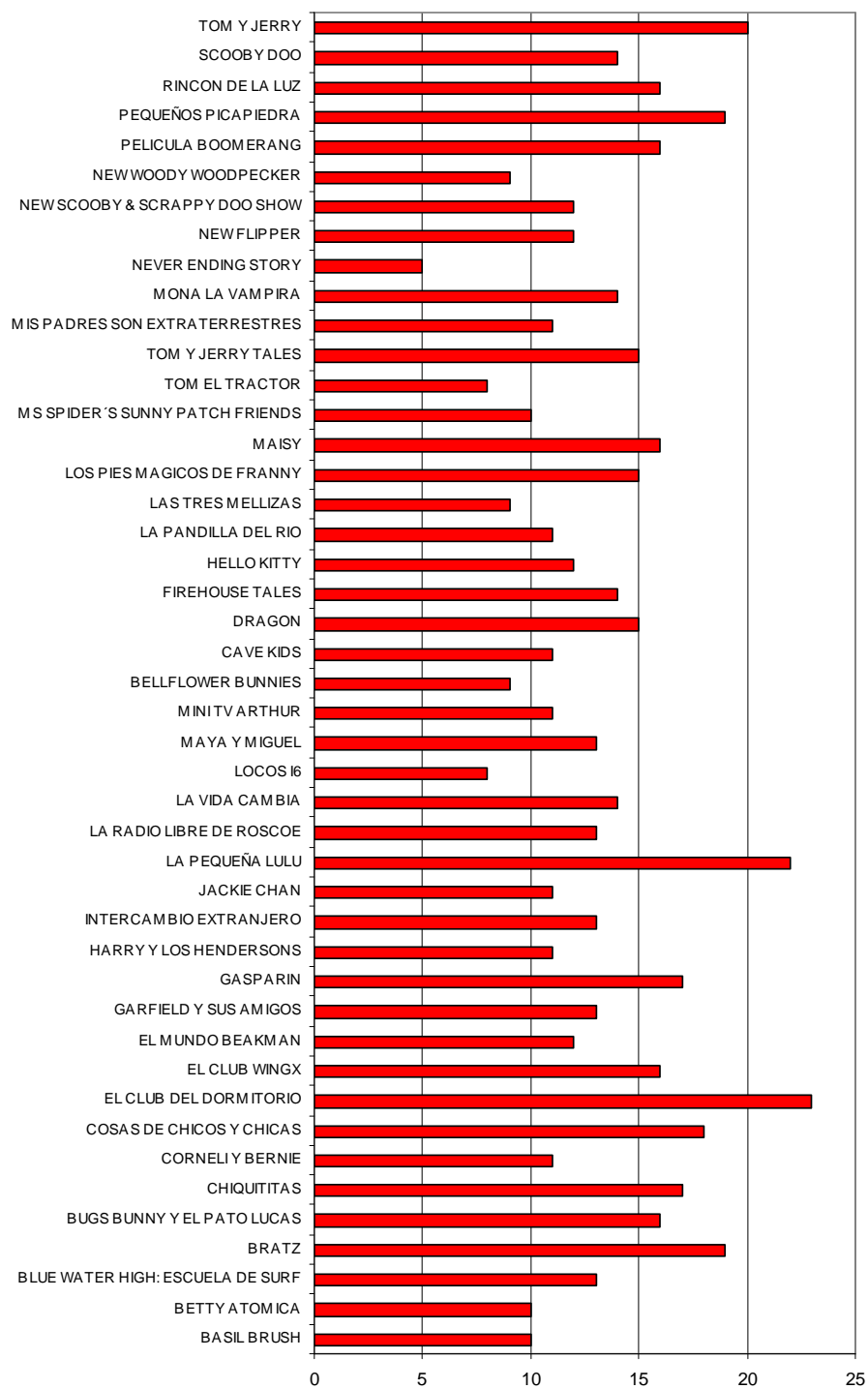


Gráfico 103. Programas de Boomerang que ven los niños de 10 a 12 años

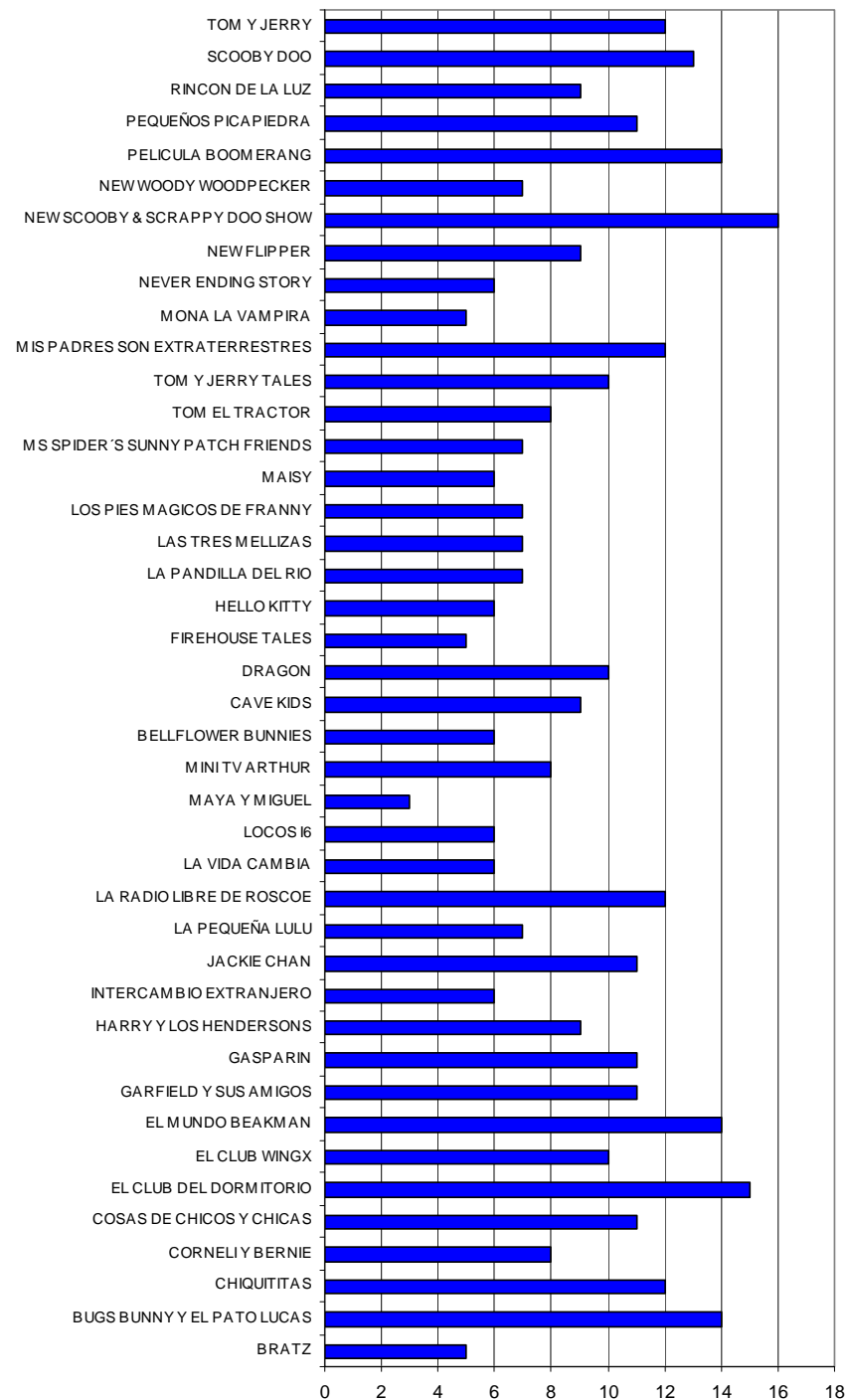


Gráfico 104. Programas de Nickelodeon que ven las niñas de 10 a 12 años

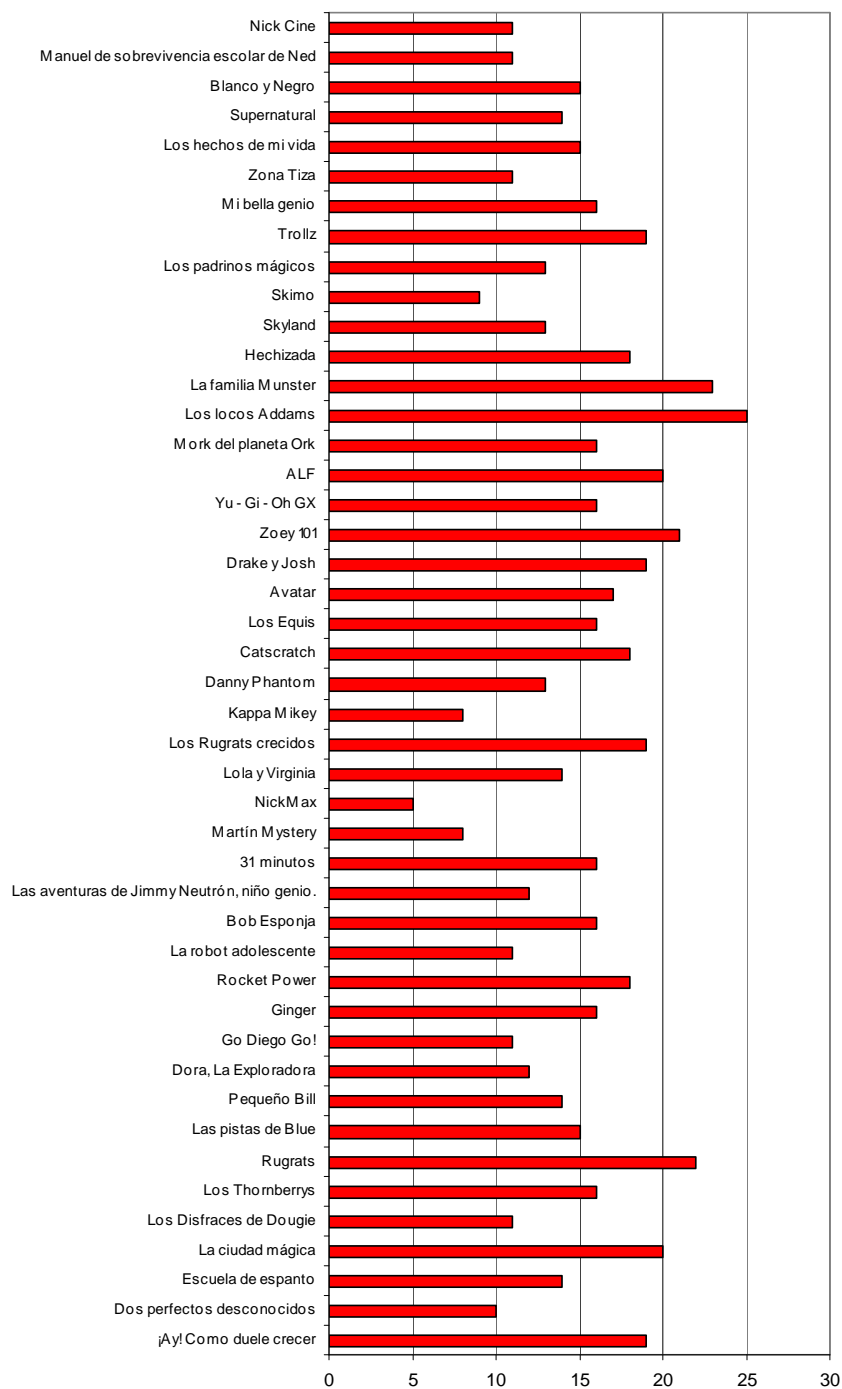


Gráfico 105. Programas de Nickelodeon que ven los niños de 10 a 12 años

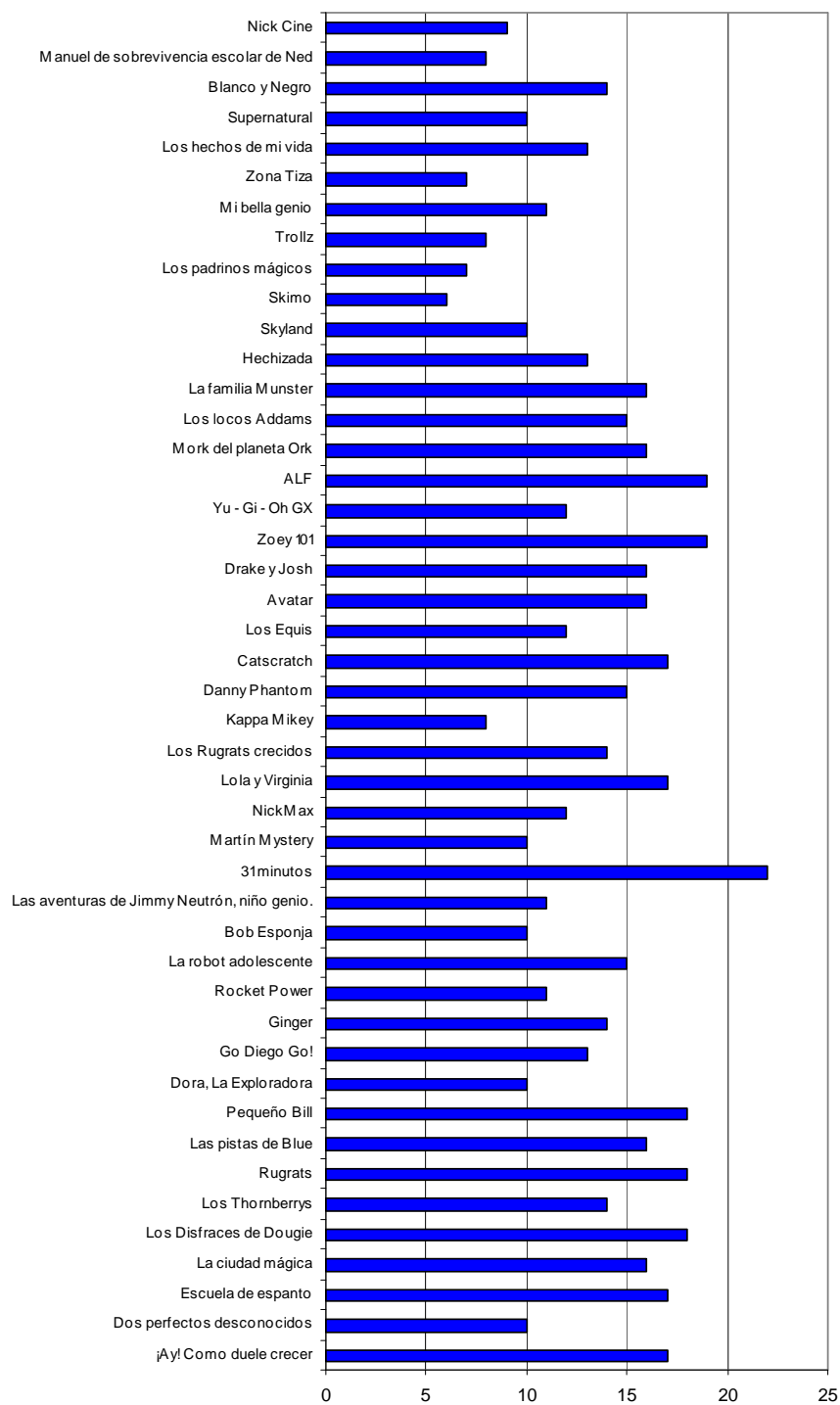


Gráfico 106. Programas de Animal Planet que ven las niñas de 10 a 12 años

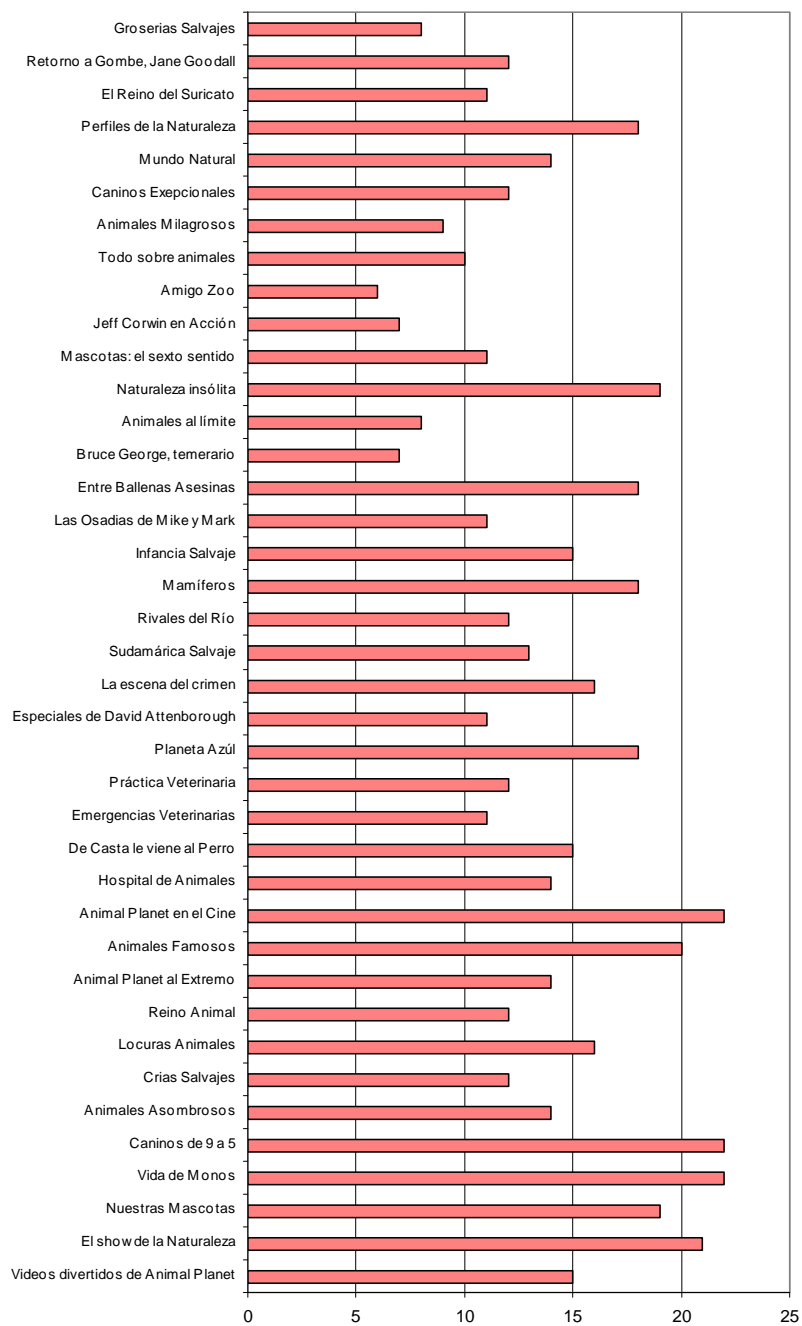


Gráfico 107. Programas de Animal Planet que ven los niños de 10 a 12 años

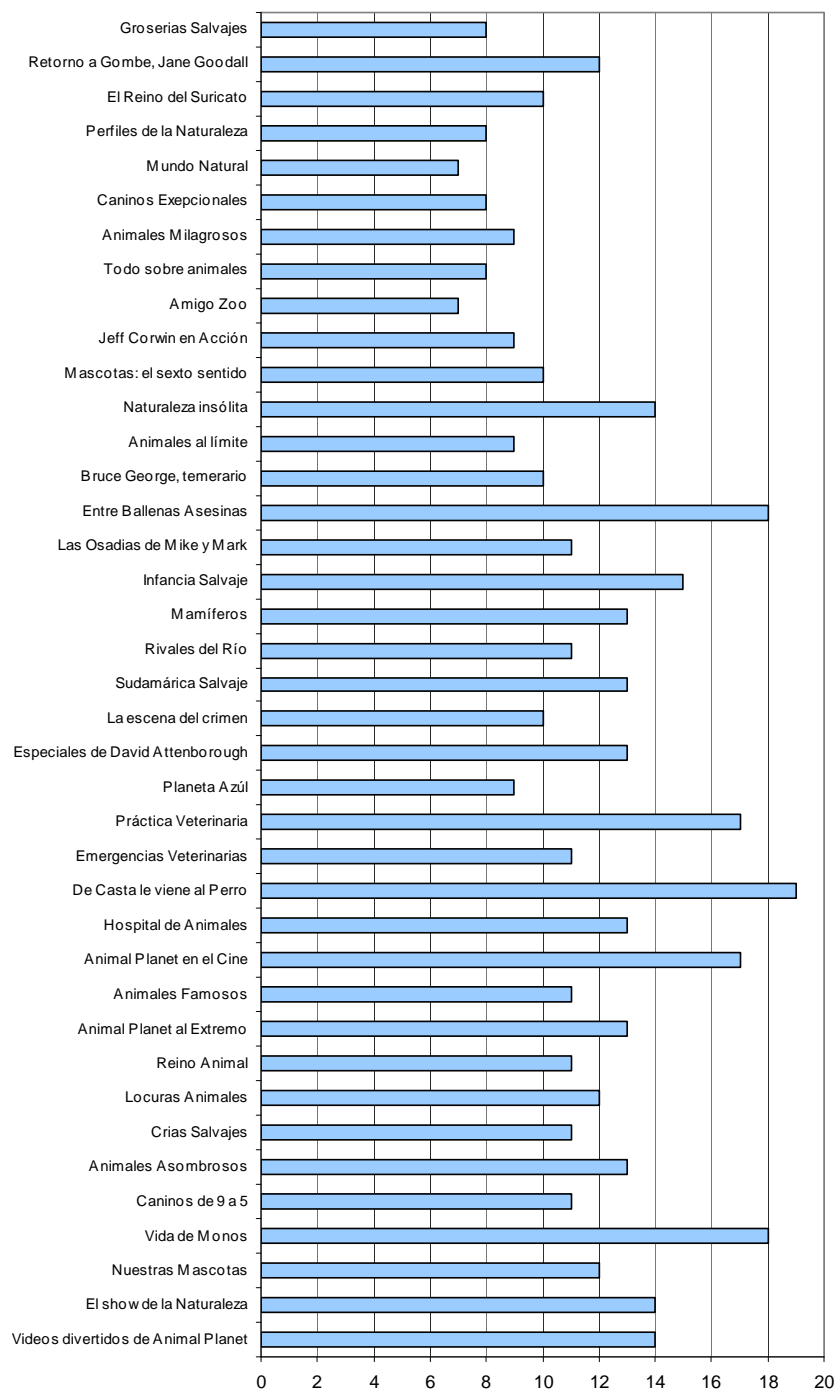


Gráfico 108. Programas de RCN que ven las niñas de 10 a 12 años

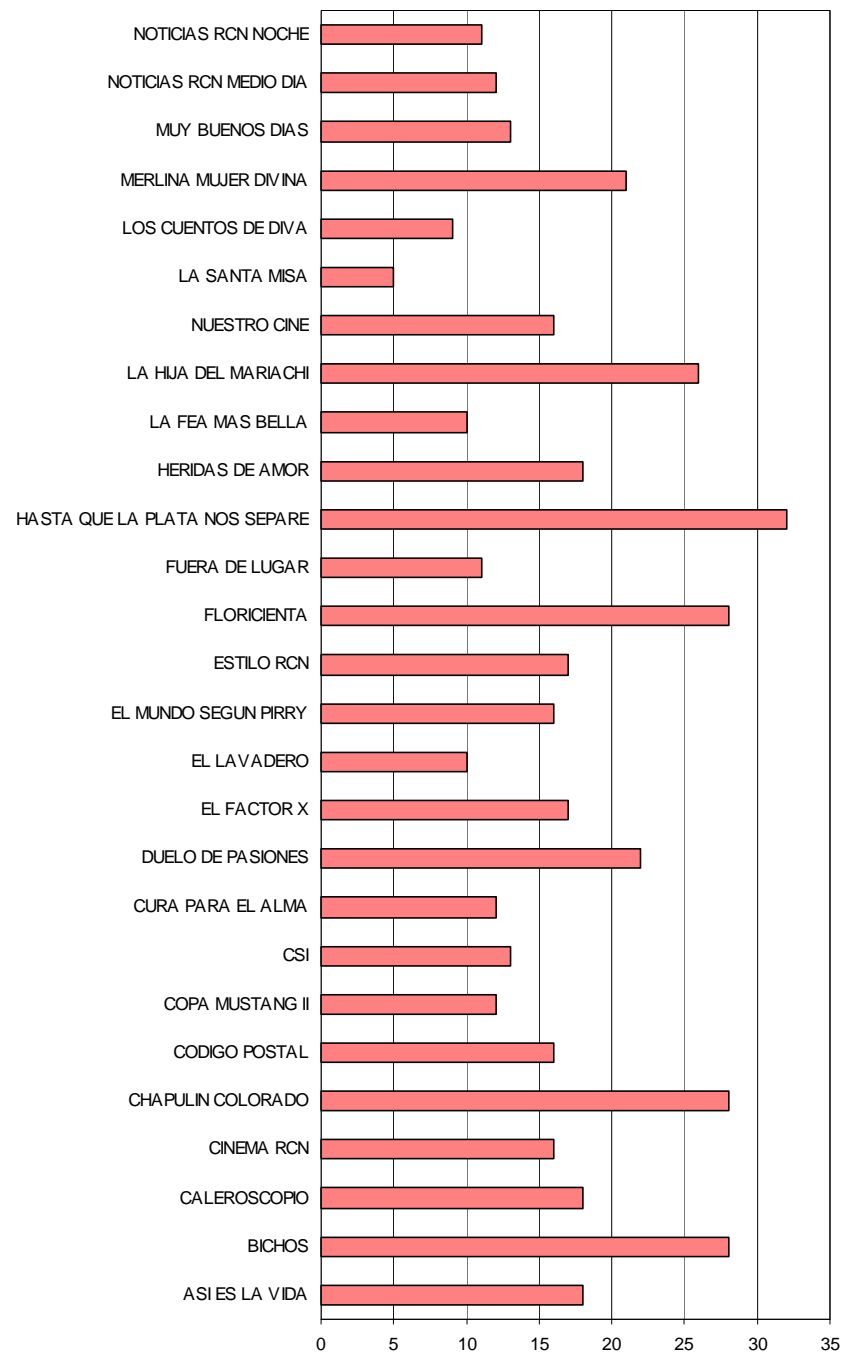


Gráfico 109. Programas de RCN que ven los niños de 10 a 12 años

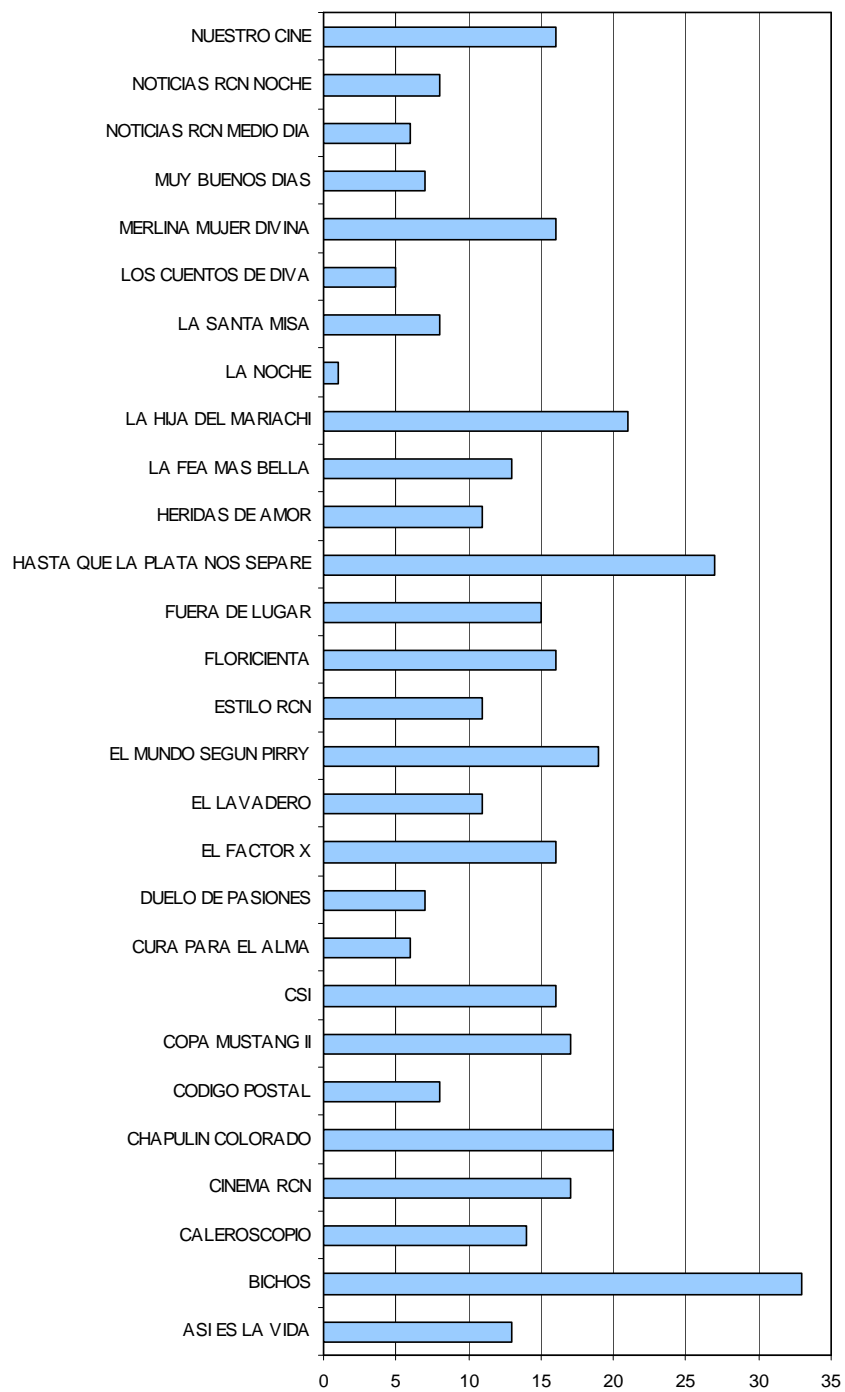


Gráfico 110. Programas de Caracol que ven las niñas de 10 a 12 años

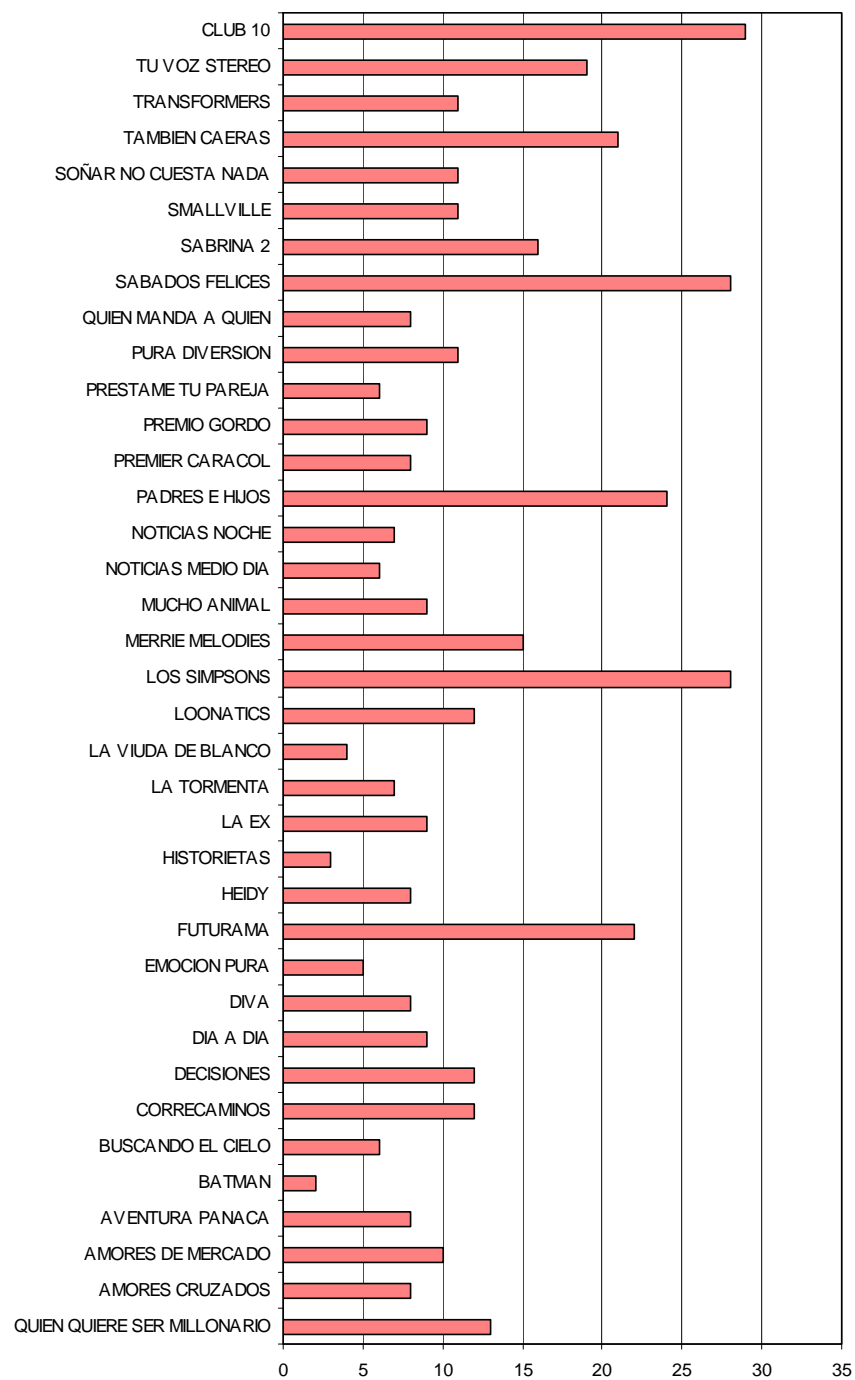
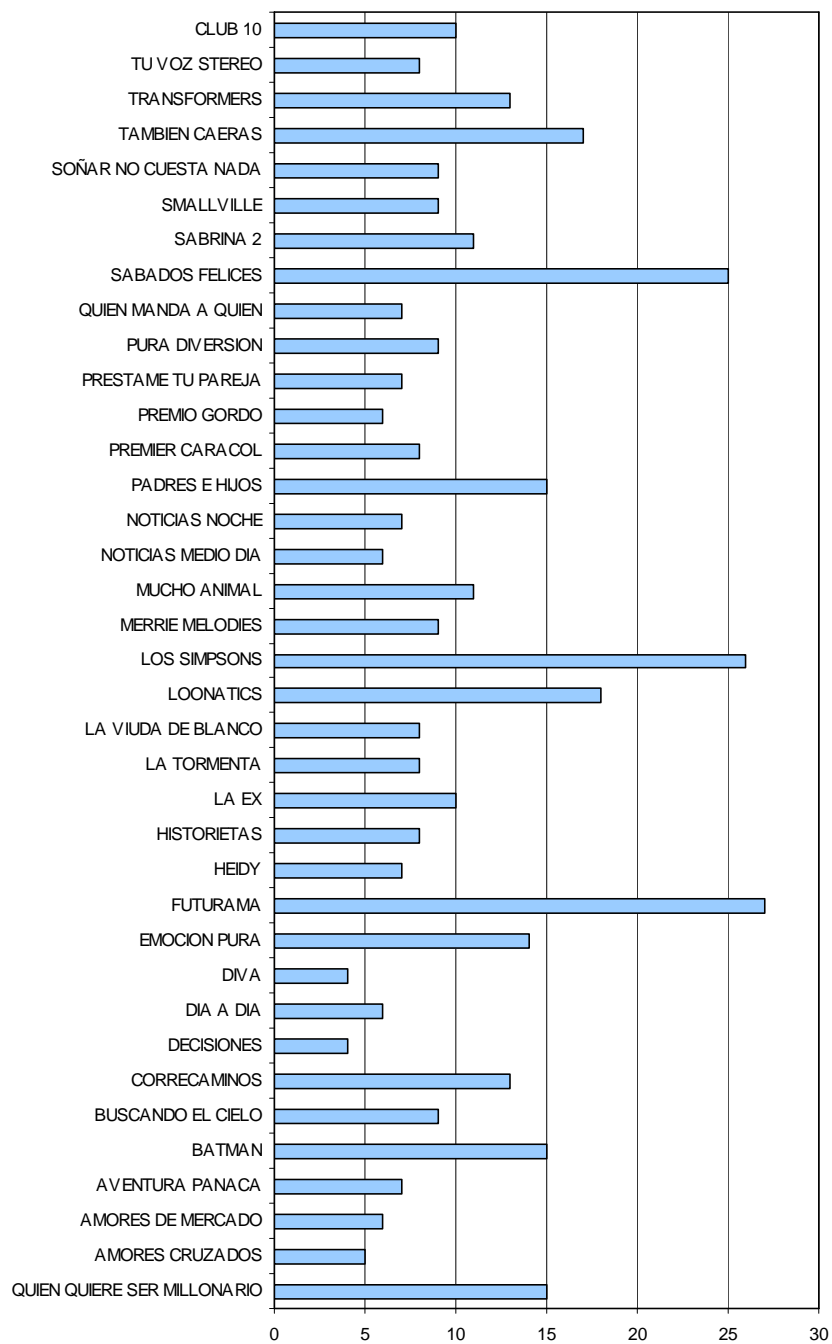


Gráfico 111. Programas de Caracol que ven los niños de 10 a 12 años



ANEXOS

Anexo A. Encuesta

Datos de identificación de los entrevistados

Codigo encuesta	<input type="text"/>	Encuestador	<input type="text"/>
Nombre	<input type="text"/>		
Edad	<input type="text" value="7"/>	<input type="text" value="8"/>	<input type="text" value="9"/>
	<input type="text" value="10"/>	<input type="text" value="11"/>	Sexo <input type="text" value="F"/>
	<input type="text" value="M"/>		
Estrato	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
Barrio	<input type="text"/>		
Escolaridad	<input type="text" value="1°"/>	<input type="text" value="2°"/>	<input type="text" value="3°"/>
	<input type="text" value="4°"/>	<input type="text" value="5°"/>	<input type="text" value="6°"/>
Colegio	<input type="text"/>		Jornada <input type="text" value="M"/>
			<input type="text" value="T"/>
Vive con	<input type="text" value="P"/>	<input type="text" value="MyP"/>	<input type="text" value="MyC"/>
	<input type="text" value="Her"/>	<input type="text" value="AB"/>	
	<input type="text" value="M"/>	<input type="text" value="PyC"/>	<input type="text" value="Tios"/>
	<input type="text" value="Otro"/>		
Tenencia de televisores en la casa	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>
	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="Mas"/>	
¿Qué aparatos hay en su hogar?	<input type="text" value="VHS"/>	<input type="text" value="DVD"/>	<input type="text" value="Acceso a Internet"/>
	<input type="text" value="Video Juegos"/>		<input type="text" value="TV por Cable"/>
	<input type="text" value="TV Satelital"/>		<input type="text" value="Computador"/>
¿Qué actividades realizas cuando no estas en el colegio?	<input type="text" value="En Semana"/>		<input type="text" value="Fin de Semana"/>
Juegos al aire libre	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Deportes o actividades culturales	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Conversar con amigos	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Leer	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Escuchar música	<input type="text"/>	<input type="text"/>	

Juegos computador							
Juegos de video							
Ver Televisión							
Descansar							
Tipo de televisión satelital y/o cable	Directv	Cable Visión	Visión Satélite				
	SKY	Cable Unión	Cable Pacífico				
¿Tus padres ponen límite de tiempo para ver televisión?	Semana		Fin de Semana		Vacaciones		
	SI		SI		SI		
	NO		NO		NO		
Días de la semana que ve TV	L	M	Mier	J	V	S	D
Cantidad horas que ve TV							
Estrategias para ver TV	Flipping		Gracing		Surfing		Zapping

Flipping: el televidente comienza a hacer un barrido de todos los canales y no se queda uno o dos minutos en un mismo canal.

Gracing: el televidente ve varios programas ala mismo tiempo.

Surfing: el espectador solo busca un género o tema, y se va sobre esa "ola", y a la vez constituye un tipo de audiencia.

Zapping: el telespectador está viendo un programa de televisión y cambia tan solo cuando llega la publicidad.

Condiciones en las cuales ve TV

	SEMANA			FIN DE SEMANA		
	Maña	Tarde	Noche	Maña	Tarde	Noche
Solo	S	S	S	S	S	S
Hermano Mayor	HM	HM	HM	HM	HM	HM
Hermano menor	Hm.	Hm	Hm	Hm	Hm	Hm
Padre	P	P	P	P	P	P

Madre	M	M	M	M	M	M
Empleada	E	E	E	E	E	E
Amigos (as)	A	A	A	A	A	A
Otros	O	O	O	O	O	O

Canales y programas que ve

Cartoon Network	Disney Channel	Discovery Kids
Las sombrías aventuras de Billy & Mandy	Art Attack	Barney sus amigos
Ed, Edd y Eddy	Las aventuras de Brandy y el Sr. Bigotes	Jakers! Las aventuras de Piggliery Winks
Las chicas superpoderosas	PlayHouse Disney: Rolie Polie Olie	Jay Jay el Avioncito
Tom y Jerry	PlayHouse Disney: Stanley	Fifi y los Floriguitos
Jacobo Dos Dos	PlayHouse Disney: los Doodlebops	Los hermanos Koala
Votatoon	PlayHouse Disney: el circo de Jojo	Pinky Dinky Doo
Pinky y Cerebro	Mini Einsteins	Save - Ums!
Dragonball	Los heroes de la ciudad	Dragon Tales
Hora Acme	Es tan Raven	Plaza Sesámo
Mansión Foster para amigos imaginarios	Lizzie McGuire	Caillou
Vida y obra de Juniper Lee	PlayHouse Disney: La nueva casa de Mickey	Little People
Hi Hi Puffy Amiymumi		Poko
Coraje el perro cobarde		Charlie y Lola
Teatro Cartoon presenta (película)		Toddworld
KND: Los chicos		Jim de la luna
		El mundo de Elmo
		Lazy Town

de barrio
El campamento de Lazlo
¿Qué hay de nuevo Scooby Doo?
Duelo Xiaolin
Pokémon
El club winx
Spiderman
Jóvenes Titanes
Mirmo Zibang
Bugs Bunny y el pato Lucas
Bratz
Betty Toons
Las aventuras de Arañita
Robotboy
Las aventuras de Tiny Toon
Franklin
Kripto el superperro
Cartoon Cartoons
Ben 10
Soy la Comadreja
Strawberry Shortcake
Las aventuras de Silvestre y Piolín

Jetix

Academia de Titanes
Sonic X
El Inspector Gadget
Code Lyoko

Mouse
Lilo y Stitch
El librito de la Selva
El show del ratón
Maggie, una mosca con onda
Floricienta
Las nuevas locuras del emperador
Recreo
Los padrinos mágicos
Jake Long, el dragón occidental
Zack y Cody gemelos en acción
El maravilloso mundo de Disney presenta (película)
Mi vida con Derek
Chiquititas
Zapping Zone

Boomerang

Corneil y Bernie
La pequeña Lulu
Pequeños Picapiedra
Mini TV - Arthur
La radio libre de

Backyardigans
Harry y su cubeta de dinosaurios
Clifford de cachorrito
Bob el constructor
Zoboomafoo
Thomas y sus amigos
Clifford
Connie la vaquita

Animal Planet

Crias Salvajes
Nuestras Mascotas
Vida de Monos
Caninos de 9 a 5
Amigo Zoo
Animales Asombrosos
Locuras Animales
Reino Animal
Animal Planet al Extremo
Animales Famosos
Animal Planet en el Cine
Hospital de Animales
De Casta le viene al Perro

Beyblade
B-Daman
Power Rangers Fuerza Salvaje
Digimon
Power Rangers Súper Patrulla Delta
Galactik Football
Rocket Man
Power Ranger Tormenta Ninja
Las tortugas Ninja
W.I.T.C.H.
Shuriken School
Los padrinos mágicos
Power Rangers en el Espacio
Power Rangers Lost Galaxy
Digimon
Pucca
Power Rangers Dino Trueno
Power Rangers Turbo
El inspector Gadget y el Pterodáctilo
Tres espías sin límite
Dave, el Bárbaro
Space Goofs
Get Ed
Súper Escuadrón Ciber Monos Hiperfuerza ¡Ya!

Caracol

Tu voz Estéreo
Decisiones
Noticias 7:00 p.m.
Smallville

Roscoe
Never Ending Story Mini Series
Mini TV - Bellflower Bunnies
Mini TV - Hello Kitty
Mini TV - Tom el Tractor
Locos dieciseis
Bratz
Scooby Doo
Mini TV - Firehouse Tales
Mini TV - Maisy
Mini TV - Los pies mágicos de Franny
La vida cambia
Mini TV - Tom y Jerry Tales
Betty Atómica
Garfield y sus amigos
Mini TV - La pandilla del río Canguro
Maya y Miguel
New Woody Woodpecker
Rincón de la Luz
Jackie Chan
El mundo Beakman
Blue Water High: escuela de surf
El club Wingx
Mis padres son extraterrestres
Pelicula Boomerang
Gasparín
Intercambio

Emergencias Veterinarias
Práctica Veterinaria
Planeta Azul
Dragones de Hoy
Cara a Cara con el Oso Polar
Las Osadías de Mike y Mark
Infancia Salvaje
Especiales de David Attenborough
La escena del crimen
Rivales del Río
Osos en Acción
Mamíferos
Mascotas: el sexto sentido
Mundo Natural
El show de la Naturaleza
Videos divertidos de Animal Planet
Animales al límite
Naturaleza insólita
Jeff Corwin en Acción
Sudamérica Salvaje
Retorno a Gombe, Jane Goodall
Todo sobre animales
Animales Milagrosos
Caninos Excepcionales

Smallville
Premier Caracol (película)
Amores de Mercado
Prestame a tu pareja
Pura Diversión (película)
La finca de hoy
Nutrizza
También caerás
Día a Día
Noticias 12:30 p.m.
Los Simpsons
Futurama
Sóñar no cuesta nada
Padres e Hijos
Amores Cruzados
La Viuda de Blanco
Batman
¿Quién Quiere ser millonario?
Sábados felices
Mesa de Noche
Emoción Pura (película)
Aventura Panaca
Premio gordo
La Ex
Buscando el Cielo
La Tormenta
Heidy
Sabrina 2
Merrie Melodies
Correcaminos
Mucho Animal
Transformers
Historietas
Loonatics
Quién manada a

Extranjero
Mini TV - Cave Kids
El club del dormitorio
Tom y Jerry
Bugs Bunny y el pato Lucas
New Flipper
Chiquititas
Basil Brush
Harry y los Hendersons
Mini TV - Las tres Mellizas
Mona La Vampira
Mini TV - Dragon
New Scooby & Scrappy Doo Show
Cosas de chicos y chicas
Mini TV - Miss Spider's Sunny Patch Friends

Otros Canales

Total Music
C. de las Estrellas
Cinemax
MTV
Son Latino
Discovery Channel
People & Arts

El Reino del Suricato
Perfiles de la Naturaleza
Groserías Salvajes
Entre Ballenas Asesinas
Bruce George, temerario

Nickelodeon

Pequeño Bill
¡Ay! Como duele crecer
Dos perfectos desconocidos
Escuela de espanto
La ciudad mágica
Las pistas de Blue
Dora, La Exploradora
Go Diego Go!
Ginger
Rocket Power
Blanco y Negro
Skimo
La robot adolescente
Bob Esponja
Las aventuras de Jimmy Neutrón, niño genio.
31 minutos
La familia Munster
Hechizada
Skyland

quién

RCN

Cura para el alma del Padre Chucho
Noticias RCN 12:30 pm
Muy buenos días
Estilo RCN
Floricienta
Nuestro Cine
Código Postal
Caleroscopio
Copa Mustang II
Heridas de Amor
La Noche
El mundo según Pirry
La hija del Mariachi
Los cuentos de Diva
Duelo de pasiones
La fea más bella
El Factor X Batalla de las Estrellas
Hasta que la plata nos separe
El Lavadero
Merlina mujer divina
Así es la vida
Noticias RCN 7:00 p.m.
Bichos

Travel & Living

FOX

Hallmark

TNT

National Geographic

History Channel

Superland

Sony

MV Channel

Canal 13 Play TV

Martín Mystery

NickMax

Lola y Virginia

Los Rugrats crecidos

Kappa Mikey

Danny Phantom

Catscratch

Los Equis

Avatar

Drake y Josh

Zoey 101

Yu - Gi - Oh GX

ALF

Mork del planeta Ork

Los locos Addams

Nick Cine

Rugrats

Trollz

Mi bella genio

Zona Tiza

Los hechos de mi vida

Supernatural

Los Disfraces de Dougie

Los Thornberrys

Los padrinos mágicos

Manuel de sobrevivencia escolar de Ned
--

Anexo B. Siglas

M	Mamá
P	Papá
MyP	Mamá y Papá
PyC	Papá y Compañera
MyC	Mamá y Compañero
HER	Hermanos
AB	Abuelos
S	Solo
HM	Hermano Mayor
Hm	Hermano Menor
E	Empleado
A	Amigos
O	Otros
DC	Disney Channel
NCK	Nickelodeon
CN	Cartoon Network
JX	Jetix
DK	Discovery Kids
BM	Boomerang
AP	Animal Planet
RCN	Canal RCN
CAR	Canal Caracol
FOX	Canal FOX
MTV	Mtv
PLAY	Canal 13 – Play Tv
SON	Son Latino
MV	MV Channel
WC	Warner Channel
TM	Total Music

Anexo C. Observación consumo de televisión Infantil

REALIZADA EN:	NOMBRE	EDAD	SEXO	ESTRATO	CANALES SEGÚN HORA											
					5:00 AM	5:30 AM	6:00 AM	6:30 AM	7:00 AM	7:30 AM	8:00 AM	8:30 AM	9:00 AM	9:30 AM	10:00 AM	10:30 AM
SEMANA	LAURA	12	F	5	DC	RCN	RCN									
FIN DE SEMANA	LAURA	12	F	5									MV	RCN	RCN	RCN
SEMANA	SANTIAGO	11	M	4	NCK	DC	RCN									
FIN DE SEMANA	SANTIAGO	11	M	4					BM	BM	JX	AP	AP	RCN	CAR	RCN
SEMANA	ISABELLA	6	F	4			DK	DK	DC							
FIN DE SEMANA	ISABELLA	6	F	4									DK	DK	DK	DK
SEMANA	JUAN DAVID	8	M	5		RCN	AP									
FIN DE SEMANA	JUAN DAVID	8	M	5							DC	DC	NCK	NCK	NCK	AP
SEMANA	JULIANA	9	F	3		JX	JX	AP								
FIN DE SEMANA	JULIANA	9	F	3							RCN	RCN	RCN	RCN	RCN	RCN
SEMANA	VIVIANA	10	F	4	CN	DC	NCK	CN								
FIN DE SEMANA	VIVIANA	10	F	4				SON	DC	DC	DC	CN	CN	RCN	CN	JX
SEMANA	MITSU	7	M	5			CN	CN	DC							
FIN DE SEMANA	MITSU	7	M	5					BM	BM	BM	RCN	AP	DK	DK	DK
SEMANA	SEBASTIAN	9	M	5	CN	DC	DC	CN								
FIN DE SEMANA	SEBASTIAN	9	M	5						AP	DC	DC	BM	BM	JX	JX
SEMANA	MARIA ANTONIA	8	F	3	JX	NCK	NCK									
FIN DE SEMANA	MARIA ANTONIA	8	F	3					BM	BM	JX	JX	RCN	CN	JX	BM
SEMANA	JEAN PAUL	7	M	4		DK	NCK	DC	DC							
FIN DE SEMANA	JEAN PAUL	7	M	4				DK	DK	DK	DK	DK	DK	DK	JX	JX

CANALES SEGÚN HORA																		
11:00 AM	11:30 AM	12:00 M	12:30 PM	1:00 PM	1:30 PM	2:00 PM	2:30 PM	3:00 PM	3:30 PM	4:00 PM	4:30 PM	5:00 PM	5:30 PM	6:00 PM	6:30 PM	7:00 PM	7:30 PM	8:00 PM
							JX	JX	RCN	MV	PLAY	PLAY	DC	DC	BM	BM	JX	MV
RCN	RCN	CN	CN	CN	MTV	PLAY	NC	CAR	CAR	JX	JX	JX	BM	DC	DC	JX	JX	WC
						JX	CN	CN	DC	DC	JX		DC				RCN	RCN
CAR	DC	DC	DK	DK		CAR	NCK	CAR	JX	CN	CN	CN	CN	NCK	NCK			CN
					DK	DK	DC	DC	DC	DC	JX	NCK	NCK				JX	NCK
DK	CAR	AP	AP		CAR	CAR	DC	DC	DC	NCK	NCK	BM	BM	JX	NCK	NCK	DC	DK
							JX	CN	BM	CN	CN	CN	CN	RCN	CAR	CAR	JX	JX
AP	JX	JX	AP	JX	JX	RCN	BM	AP			CN	CN	CN	CN	CN	CN	JX	BM
						BM	JX	CN	DC	CN	JX	JX	CAR	CAR	PLAY	PLAY		MTV
RCN	JX	AP	AP		CAR	CAR	JX	MTV	MTV	PLAY	PLAY	MV	MV	DC	CN	MV	MV	JX
							BM	DC	JX				BM				JX	JX
FOX	FOX	CAR	CAR	RCN	RCN	CAR	DC	AP	AP	CN	CN	CN	JX	JX	MV	PLAY	FOX	PLAY
						JX	BM	RCN	BM	CAR	CAR	JX	JX			BM		JX
DK	DC	DC	DK	DC	JX	RCN	BM	JX	JX	JX	BG	BG	DC		DC	DC	CN	CN
							JX	JX	JX	BM		JX	JX	DC			FOX	DC
DK	DK	DC	DC	CN	CN	CN	RCN	JX	CN	CN	CN	JX	BM	BM	CAR	AP	AP	FOX
									CN	CN	CN	DK	DC	DC	DC			SON
RCN	RCN	NCK	NCK	NCK	CN	CAR	MV	CN	CN	NCK	NCK	NCK	JX	JX	NCK	NCK	DC	DC
				DK	DK	DK	CN	CN	JX	DK	NCK	JX	CAR	CAR	AP	AP		
NCK	NCK	NCK	NCK	DC	DC	DC	DC	DC	DC		NCK	BM	BM		AP	AP	DC	DC

CANALES SEGÚN HORA							CONDICIONES EN LAS QUE TELEVISIÓN						ESTRATEGIAS PARA VER TV			
8:30 PM	9:00 PM	9:30 PM	10:00 PM	10:30 PM	11:00 PM	11:30 PM	SEM MAÑANA	SEM TARDE	SEM NOCHE	FIN DE SEM MAÑANA	FIN DE SEM TARDE	FIN DE SEM NOCHE	FLIPING	SURFING	GRACING	ZAPPING
MV	JX	PLAY	PLAY	JX	JX	JX	M	Hm	MYP							SI
WC	DK	FOX	FOX	RCN						Hm	S	S			SI	
RCN	RCN	BM	BM	JX	JX		Hm	Hm	MYP							SI
DK	NCK	NCK	CN	JX						Hm	TIOS	MYP				SI
RCN	RCN	RCN	RCN				S	A	MYP						SI	
DK	DK	DK	CN	BG						S	MYP	MYP			SI	
AP	WC	RCN	CAR	AP			M	A	HNOS						SI	
FOX	FOX	JX	CAR	SON	JX	BM				A	MYP	MYP			SI	
RCN	RCN	SON	JX				HM	HM	MYP							SI
JX	CAR	JX	CN	MV	MV	MTV				HNOS	HNOS	MYP			SI	
CN	RCN	DC	DC	DC			S	S	MYP						SI	
DC	DC	CN	CN	JX						S	A	A			SI	
CN	BM	CN	CN				E	E	MYP					SI		
NCK	NCK	CN	CN	DC	JX	RCN				E	E	MYP	SI			
DK	DK	JX	JX	BM			S	S	MYP							SI
MV	MV	CN	DC	DC	DC	RCN				S	A	A		SI		
SON	RCN	RCN	DC	BM	JX		E	E	MYP							SI
DC	JX	JX	FOX	DC	SON	JX				E	MYP	MYP			SI	
RCN	DC	DC	RCN	CN	DC		M	Hm	TIOS						SI	
JX	DK	DK	DC	DC	JX	DC				M	HNOS	HNOS			SI	

Anexo D. Cable operador – Visión Satélite

24 Horas	AXN
Animal Planet	Boomerang
ATV Perú	Canal 1
Cable Guía	Canal Institucional
Canal de las Estrellas	Cartoon Netmork
Cosmopolitan	Cine Canal
Cosmovision	Cine Canal 2
Deustche Welle DW	Cine Max
Discovery Channel	Cinema +
Discovery Home & Health	Discovery Kids
E & E Mundo	Discovery Travel & Living
E! Entertainment Television	Disney Channel
Enlace	EWTN
ESPN	FOX
ESPN 2	FOX News
Euro Channel	FX
FOX Sports	Gourmet
Guasca TV	HBO
HBO Plus	Jetix
History Channel	Momentum
Movie City	Movie Wolrd
MTV	Multipremier
Musik Channel	Nickelodeon
National Geographic	Play Boy Tv
Poeple & Arts	Private Gold
Salsa TV	Señal Colombia
Son Latino	Solo Tango
Tele Amiga	Sony
Tele Antioquia	Telemundo
Tv Agro	Televisión Española TVE
Univalle	The Film Zone
Valle TV	Universal
Video Portero	ZAZ
VJ Channel	

Anexo E. Cable operador – Cable Unión de Occidente

A&E	3ABN
Animal Planet	AXN
Azteca 13	Cali Total
Boomerang	Canal 13
Canal 1	Canal Congreso
Canal de las Estrellas	Canal La 14
Canal Institucional	Casa Club
Canal U	Cinema +
Caracol	Cinemax
City Tv	CMB Television
Discovery Channel	Cosmopolitan
Discovery Home & Health	De Pelicula
Discovery Kids	DW
Discovery Travel & Living	E! Entertainment Television
Disney Channel	Enlace TBN
ESPN	Eurochannel
ESPN 2	Europa Europa
Euro News	Film & Arts
FOX News	FOX
FOX Sports	FX
FOXlife	Gourmet
Hallmark	HBO
History Channel	HBO Plus
Infinito	MGM
Jetix	Movie Wolrd
National Geographic	MV Channel
People & Arts	Nickelodeon
RCN Televisión	RAI
Reality TV	Solo Tango
Señal Colombia	Son Popular
Speed Channel	Sony
Superland	Tele Amiga
Tele Antioquia	Telecaribe
Tele Vida	Telecolombia
TNT	Total Music
Venevisión	Universal
	Warner

Anexo F. Cable operador – Directv

100	DTV	301	DTV
101	DTV	302	HBO F
130	RCN	304	Cartoon Network
132	Caracol	308	Nickelodeon
134	City Tv	314	Disney Channel
136	Canal 1	316	Jetix
137	Señal Colombia	330	Discovery Kids
138	Señal Institucional	334	Boomerang
140	Tele Antioquia	338	ZAZ
141	Tele Pacífico	400	DTV
200	DTV	401	DTV
201	DTV	402	CINE
202	Fox	404	CINE
206	Warner Channel	406	CINE
207	A&E	408	CINE
210	Sony	410	CINE
212	Sony	412	CINE
216	AXN	414	CINE
217	FX	416	CINE
218	UNI	418	CINE
219	FOX L	420	CINE
220	RETRO	422	CINE
222	E!	424	CINE
224	Ftv	426	CINE
226	CEST	428	CINE
230	Casa Club Tv	432	CINE
232	Gourmet	464	Play Boy Tv
233	ANMX	468	Venus
234	Util	472	Gay Channel
264	MTV	500	DTV
268	VH1	501	DTV
270	Mucha Música	502	TNT
272	HTV	504	GLDN
274	Tele Hit	505	TCM
276	RTMS	506	FILM
300	DTV	508	HLMK
510	MGM	704	CNN Español

512	MP	706	CNN Inglés
514	CL	708	FOX N
516	DPEL	710	BIT
522	NEXT	720	CA 26
524	HBO	722	T SUR
526	HBO PLUS	724	GLOB
528	HBO F	730	National Geographic
530	HBO E	732	Discovery Channel
532	PLUS	734	Animal Planet
534	FAMI	736	People & Arts
536	MAX	738	Discovery Home & Health
538	MAX Plus	740	Discovery Travel & Living
540	MAX E	742	THC
542	PRME	746	Film & Arts
544	NEXT	748	INFI
550	DTV	750	CANA
552	CTYE	760	Televisión Española
554	CTYO	762	Antena 3
556	CC E	764	TV 5
558	CC O	766	RAI
560	CC 2	768	BBC
562	CCC	770	DW
597	Gay Channel	776	GLBO
600	DTV	778	RTPI
601	DTV	780	ART
604	FOX Sport	782	NHK
606	FOX Sport	900	DMX
609	FOX Sport	902	DMX
612	ESPN	904	DMX
614	ESPN 2	906	DMX
616	GOLF	908	DMX
680	LIGA	910	DMX
690	EPL	912	DMX
700	DTV	914	DMX
701	DTV	916	DMX
918	DMX	958	DMX
922	DMX	960	DMX
924	DMX	965	DMX
926	DMX	966	DMX

928	DMX	967	DMX
930	DMX	968	DMX
932	DMX	969	DMX
934	DMX	970	DMX
936	DMX	971	DMX
938	DMX	972	DMX
940	DMX	973	DMX
942	DMX	978	88,9 La Romantica
944	DMX	979	RQ a.m.
946	DMX	980	1090 a.m.
948	DMX	982	Caracol Radio
950	DMX	984	RFI
952	DMX	985	Fiesta 106,5
954	DMX	992	iTV
956	DMX	999	On DirecTV

Anexo G. Parrila de Programación de Cartoon Network

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
5:00 - 5:30 AM	Las sombrías aventuras de Billy & Mandy	Hora Acme	Hora Acme	Hora Acme	Hora Acme	Hora Acme	Hora Acme
5:30 - 6:00 AM	Ed, Edd y Eddy						
6:00 - 6:30 AM	Ed, Edd y Eddy	Ed, Edd y Eddy	Ed, Edd y Eddy	Ed, Edd y Eddy	Ed, Edd y Eddy	Hora Acme	Las Aventuras de Tiny Toon
6:30 - 7:00 AM	Las sombrías aventuras de Billy & Mandy	Las sombrías aventuras de Billy & Mandy	Las sombrías aventuras de Billy & Mandy	Las sombrías aventuras de Billy & Mandy	Las sombrías aventuras de Billy & Mandy		
7:00 - 7:30 AM	Las chicas superpoderosas	Las chicas superpoderosas	Las chicas superpoderosas	Las chicas superpoderosas	Las chicas superpoderosas	Franklin	Krypto el superperro
7:30 - 8:00 AM	Tom y Jerry	Tom y Jerry	Tom y Jerry	Tom y Jerry	Tom y Jerry		Strawberry Shortcake
8:00 - 8:30 AM	Jacobo Dos Dos	Jacobo Dos Dos	Jacobo Dos Dos	Jacobo Dos Dos	Jacobo Dos Dos	Krypto el superperro	Las Aventuras de Arañita
8:30 - 9:00 AM	Mirmo Zibang	Mirmo Zibang	Mirmo Zibang	Mirmo Zibang	Mirmo Zibang	Mansión Foster para amigos imaginarios	Jacobo Dos Dos
9:00 - 9:30 AM	Mansión Foster para amigos imaginarios	Mansión Foster para amigos imaginarios	Mansión Foster para amigos imaginarios	Mansión Foster para amigos imaginarios	Mansión Foster para amigos imaginarios	Cartoon Cartoons	Betty Tonns
9:30 - 10:00 AM	Vida y obra de Juniper Lee	Vida y obra de Juniper Lee	Vida y obra de Juniper Lee	Vida y obra de Juniper Lee	Vida y obra de Juniper Lee		Pinky y Cerebro
10:00 - 10:30 AM	Hi Hi Puffy Amiymui	Hi Hi Puffy Amiymui	Hi Hi Puffy Amiymui	Hi Hi Puffy Amiymui	Hi Hi Puffy Amiymui	KND: Los chicos de barrio	¿Qué hay de nuevo Scooby Doo?
10:30 - 11:00 AM	Ed, Edd y Eddy	Ed, Edd y Eddy	Ed, Edd y Eddy	Ed, Edd y Eddy	Ed, Edd y Eddy	Ben 10	
11:00 - 11:30 AM	Coraje el perro cobarde	Coraje el perro cobarde	Coraje el perro cobarde	Coraje el perro cobarde	Coraje el perro cobarde	KND: Los chicos de barrio	
11:30 - 12:00 PM	KND: Los chicos de barrio	KND: Los chicos de barrio	KND: Los chicos de barrio	KND: Los chicos de barrio	KND: Los chicos de barrio	Robotboy	
12:00 - 12:30 PM	El campamento de Lazlo	El campamento de Lazlo	El campamento de Lazlo	El campamento de Lazlo	El campamento de Lazlo	Teatro Cartoon presenta (película)	
12:30 - 1:00 PM	KND: Los chicos de barrio	KND: Los chicos de barrio	KND: Los chicos de barrio	KND: Los chicos de barrio	KND: Los chicos de barrio		
1:00 - 1:30 PM	Las sombrías aventuras de Billy & Mandy	Las sombrías aventuras de Billy & Mandy	Las sombrías aventuras de Billy & Mandy	Las sombrías aventuras de Billy & Mandy	Las sombrías aventuras de Billy & Mandy	Teatro Cartoon presenta (película)	¿Qué hay de nuevo Scooby Doo?
1:30 - 2:00 PM	¿Qué hay de nuevo Scooby Doo?	¿Qué hay de nuevo Scooby Doo?	¿Qué hay de nuevo Scooby Doo?	¿Qué hay de nuevo Scooby Doo?	¿Qué hay de nuevo Scooby Doo?		
2:00 - 2:30 PM	Hi Hi Puffy Amiymui	Hi Hi Puffy Amiymui	Hi Hi Puffy Amiymui	Hi Hi Puffy Amiymui	Hi Hi Puffy Amiymui	Vida y obra de Juniper Lee	Teatro Cartoon presenta (película)
2:30 - 3:00 PM	Duelo Xiaolin	Duelo Xiaolin	Duelo Xiaolin	Duelo Xiaolin	Duelo Xiaolin	Pokémon	

3:00 - 3:30 PM	Pokémon	Pokémon	Pokémon	Pokémon	¿Qué hay de nuevo Scooby Doo?	Votatoon		
3:30 - 4:00 PM	Las chicas superpoderosas	Las chicas superpoderosas	Las chicas superpoderosas	Las chicas superpoderosas				
4:00 - 4:30 PM	KND: Los chicos de barrio	KND: Los chicos de barrio	KND: Los chicos de barrio	KND: Los chicos de barrio				Duelo Xiaolin
4:30 - 5:00 PM	Mansión Foster para amigos imaginarios	Mansión Foster para amigos imaginarios	Mansión Foster para amigos imaginarios	Mansión Foster para amigos imaginarios				Fútbol callejero
5:00 - 5:30 PM	El campamento de Lazlo	El campamento de Lazlo	El campamento de Lazlo	El campamento de Lazlo				Robotboy
5:30 - 6:00 PM	El club winx	El club winx	El club winx	El club winx		Las chicas superpoderosas		
6:00 - 6:30 PM	Jóvenes Titanes	Jóvenes Titanes	Jóvenes Titanes	Jóvenes Titanes		Bugs Bunny y el pato Lucas	KND: Los chicos de barrio	
6:30 - 7:00 PM	¿Qué hay de nuevo Scooby Doo?	¿Qué hay de nuevo Scooby Doo?	¿Qué hay de nuevo Scooby Doo?	¿Qué hay de nuevo Scooby Doo?			Ben 10	
7:00 - 7:30 PM	KND: Los chicos de barrio	KND: Los chicos de barrio	KND: Los chicos de barrio	KND: Los chicos de barrio	KND: Los chicos de barrio		¿Qué hay de nuevo Scooby Doo?	
7:30 - 8:00 PM	Duelo Xiaolin	Duelo Xiaolin	Duelo Xiaolin	Duelo Xiaolin	Ben 10		Bratz	
8:00 - 8:30 PM	Ed, Edd y Eddy	Ed, Edd y Eddy	Ed, Edd y Eddy	Ed, Edd y Eddy	Teatro Cartoon presenta (película)		Teatro Cartoon presenta (película)	
8:30 - 9:00 PM	Las sombras aventuras de Billy & Mandy	Las sombras aventuras de Billy & Mandy	Las sombras aventuras de Billy & Mandy	Las sombras aventuras de Billy & Mandy				
9:00 - 9:30 PM	Vida y obra de Juniper Lee	Vida y obra de Juniper Lee	Vida y obra de Juniper Lee	Vida y obra de Juniper Lee				
9:30 - 10:00 PM	El club winx	El club winx	El club winx	El club winx				
10:00 - 10:30 PM	Pokémon	Pokémon	Pokémon	Pokémon	Pokémon	Duelo Xiaolin	Tom y Jerry	
10:30 - 11:00 PM	Bugs Bunny y el pato Lucas	Bugs Bunny y el pato Lucas	Bugs Bunny y el pato Lucas	Bugs Bunny y el pato Lucas	Bugs Bunny y el pato Lucas	Bugs Bunny y el pato Lucas	Bugs Bunny y el pato Lucas	
11:00 - 11:30PM	Tom y Jerry	Tom y Jerry	Tom y Jerry	Tom y Jerry	Tom y Jerry	Tom y Jerry		
11:30 - 12:00 AM	Spiderman	Spiderman	Spiderman	Spiderman	Las aventuras de Silvestre y Piolin	Las aventuras de Silvestre y Piolin	Las aventuras de Silvestre y Piolin	
12:00 - 12:30 AM	Dragonball	Dragonball	Dragonball	Dragonball	Soy la comadreja	Pinky y Cerebro	Pinky y Cerebro	

Anexo H. Parrila de Programación de Disney Channel

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
5:00 - 5:30 AM	Art Attack	Art Attack	Art Attack	Art Attack	Art Attack	Las nuevas locuras del Emperador	Art Attack
5:30 - 6:00 AM	Las aventuras de Brandy y el Sr. Bigotes	Las aventuras de Brandy y el Sr. Bigotes	Las aventuras de Brandy y el Sr. Bigotes	Las aventuras de Brandy y el Sr. Bigotes	Las aventuras de Brandy y el Sr. Bigotes	Las aventuras de Brandy y el Sr. Bigotes	Las aventuras de Brandy y el Sr. Bigotes
6:00 - 6:30 AM	PlayHouse Disney: Rolie Polie Olie	PlayHouse Disney: Rolie Polie Olie	PlayHouse Disney: Rolie Polie Olie	PlayHouse Disney: Rolie Polie Olie	PlayHouse Disney: Rolie Polie Olie	PlayHouse Disney: Bear en la Gran casa azul	PlayHouse Disney: Bear en la Gran casa azul
6:30 - 7:00 AM	PlayHouse Disney: Stanley	PlayHouse Disney: Stanley	PlayHouse Disney: Stanley	PlayHouse Disney: Stanley	PlayHouse Disney: Stanley	PlayHouse Disney: el circo de Jojo	PlayHouse Disney: el circo de Jojo
7:00 - 7:30 AM	PlayHouse Disney: los Doodlebops	PlayHouse Disney: los Doodlebops	PlayHouse Disney: los Doodlebops	PlayHouse Disney: los Doodlebops	PlayHouse Disney: los Doodlebops	PlayHouse Disney: Rolie Polie Olie	PlayHouse Disney: Rolie Polie Olie
7:30 - 8:00 AM	PlayHouse Disney: el circo de Jojo	PlayHouse Disney: el circo de Jojo	PlayHouse Disney: el circo de Jojo	PlayHouse Disney: el circo de Jojo	PlayHouse Disney: el circo de Jojo	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)
8:00 - 8:30 AM	Mini Einsteins	Mini Einsteins	Mini Einsteins	Mini Einsteins	Mini Einsteins		
8:30 - 9:00 AM	Los heroes de la ciudad	Los heroes de la ciudad	Los heroes de la ciudad	Los heroes de la ciudad	Los heroes de la ciudad		
9:00 - 9:30 AM	PlayHouse Disney: La nueva casa de Mickey Mouse	PlayHouse Disney: La nueva casa de Mickey Mouse	PlayHouse Disney: La nueva casa de Mickey Mouse	PlayHouse Disney: La nueva casa de Mickey Mouse	PlayHouse Disney: La nueva casa de Mickey Mouse	PlayHouse Disney: La nueva casa de Mickey Mouse	PlayHouse Disney: La nueva casa de Mickey Mouse
9:30 - 10:00 AM	Lilo y Stitch	Lilo y Stitch	Lilo y Stitch	Lilo y Stitch	Lilo y Stitch	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)
10:00 - 10:30 AM	El libroto de la Selva	El libroto de la Selva	El libroto de la Selva	El libroto de la Selva	El libroto de la Selva		
10:30 - 11:00 AM	El show del ratón	El show del ratón	El show del ratón	El show del ratón	El show del ratón		
11:00 - 11:30 AM	Maggie, una mosca con onda	Maggie, una mosca con onda	Maggie, una mosca con onda	Maggie, una mosca con onda	Maggie, una mosca con onda	El show del ratón	
11:30 - 12:00 PM	Art Attack	Art Attack	Art Attack	Art Attack	Art Attack	Los padrinos mágicos	
12:00 - 12:30 PM	Las nuevas locuras del Emperador	Las nuevas locuras del Emperador	Las nuevas locuras del Emperador	Las nuevas locuras del Emperador	Las nuevas locuras del Emperador	Recreo	
12:30 - 1:00 PM	Art Attack	Art Attack	Art Attack	Art Attack	Art Attack	Las aventuras de Brandy y el Sr. Bigotes	Los padrinos mágicos
1:00 - 1:30 PM	Recreo	Recreo	Recreo	Recreo	Recreo	Maggie una mosca con onda	
1:30 - 2:00 PM	Recreo	Recreo	Recreo	Recreo	Recreo	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos
2:00 - 2:30 PM	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)
2:30 - 3:00 PM							
3:00 - 3:30 PM	Jake Long el dragon occidental	Jake Long el dragon occidental	Jake Long el dragon occidental	Jake Long el dragon occidental	Jake Long el dragon occidental		

3:30 - 4:00 PM	Recreo	Recreo	Recreo	Recreo	Recreo		
4:00 - 4:30 PM	Chiquititas	Chiquititas	Chiquititas	Chiquititas	Chiquititas	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos
4:30 - 5:00 PM	Chiquititas	Chiquititas	Chiquititas	Chiquititas	Chiquititas		
5:00 - 5:30 PM	Zapping Zone	Zapping Zone	Zapping Zone	Zapping Zone	Zapping Zone	Las aventuras de Brandy y el Sr. Bigotes	Las aventuras de Brandy y el Sr. Bigotes
5:30 - 6:00 PM	Es tan Raven	Es tan Raven	Es tan Raven	Es tan Raven	Es tan Raven	Las nuevas locuras del Emperador	Las nuevas locuras del Emperador
6:00 - 6:30 PM	Zack y Cody gemelos en acción	Zack y Cody gemelos en acción	Zack y Cody gemelos en acción	Zack y Cody gemelos en acción	Zack y Cody gemelos en acción	Art Attack	Art Attack
6:30 - 7:00 PM	Lizzie McGuire	Lizzie McGuire	Lizzie McGuire	Lizzie McGuire	Lizzie McGuire		
7:00 - 7:30 PM	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)
7:30 - 8:00 PM							
8:00 - 8:30 PM						El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)
8:30 - 9:00 PM							
9:00 - 9:30 PM	Floricienta	Floricienta	Floricienta	Floricienta	Floricienta	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)
9:30 - 10:00 PM	Mi vida con Derek	Mi vida con Derek	Mi vida con Derek	Mi vida con Derek	Mi vida con Derek		
10:00 - 10:30 PM	Art Attack	Art Attack	Art Attack	Art Attack	Art Attack	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)
10:30 - 11:00 PM	Recreo	Recreo	Recreo	Recreo	Recreo		
11:00 - 11:30 AM	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)
11:30 - 12:00 AM							
12:00 - 12:30 AM						El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)	El Maravilloso Mundo de Disney presenta: (película)
12:30 - 1:00 AM							
1:00 - 1:30 AM	Zapping Zone	Zapping Zone	Zapping Zone	Zapping Zone	Zapping Zone		

Anexo I. Parrila de Programación de Discovery Kids

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
5:00 - 5:30 AM	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Thomas y sus amigos	Thomas y sus amigos
5:30 - 6:00 AM	Jakers! Las aventuras de Piggley Winks	Jakers! Las aventuras de Piggley Winks	Jakers! Las aventuras de Piggley Winks	Jakers! Las aventuras de Piggley Winks	Jakers! Las aventuras de Piggley Winks	Jim de la Luna	Jim de la Luna
6:00 - 6:30 AM	Jay Jay el Avioncito	Jay Jay el Avioncito	Jay Jay el Avioncito	Jay Jay el Avioncito	Jay Jay el Avioncito	Barney sus amigos	Barney sus amigos
6:30 - 7:00 AM	Fifi y los Floriguitos	Fifi y los Floriguitos	Fifi y los Floriguitos	Fifi y los Floriguitos	Fifi y los Floriguitos	Backyardigans	Backyardigans
7:00 - 7:30 AM	Caillou	Caillou	Caillou	Caillou	Caillou	El mundo de Elmo	El mundo de Elmo
7:30 - 8:00 AM	Dragon Tales	Dragon Tales	Dragon Tales	Dragon Tales	Dragon Tales	Charlie y Lola	Charlie y Lola
8:00 - 8:30 AM	Plaza Sésamo	Plaza Sésamo	Plaza Sésamo	Plaza Sésamo	Plaza Sésamo	Pinky Dink Doo	Pinky Dink Doo
8:30 - 9:00 AM	Little People	Little People	Little People	Little People	Little People	Lazy Town	Lazy Town
9:00 - 9:30 AM	Poko	Poko	Poko	Poko	Poko	Save-Ums!	Save-Ums!
9:30 - 10:00 AM	Los hermanos Koala	Los hermanos Koala	Los hermanos Koala	Los hermanos Koala	Los hermanos Koala	Jim de la Luna	Jim de la Luna
10:00 - 10:30 AM	Toddworld	Toddworld	Toddworld	Toddworld	Toddworld	Barney sus amigos	Barney sus amigos
10:30 - 11:00 AM	Jim de la Luna	Jim de la Luna	Jim de la Luna	Jim de la Luna	Jim de la Luna	Backyardigans	Backyardigans
11:00 - 11:30 AM	Charlie y Lola	Charlie y Lola	Charlie y Lola	Charlie y Lola	Charlie y Lola	Lazy Town	Lazy Town
11:30 - 12:00 PM	Pinky Dink Doo	Pinky Dink Doo	Pinky Dink Doo	Pinky Dink Doo	Pinky Dink Doo	Clifford	Clifford
12:00 - 12:30 PM	Lazy Town	Lazy Town	Lazy Town	Lazy Town	Lazy Town	Pinky Dink Doo	Pinky Dink Doo
12:30 - 1:00 PM	Backyardigans	Backyardigans	Backyardigans	Backyardigans	Backyardigans	Harry y su cubeta de dinosaurios	Harry y su cubeta de dinosaurios
1:00 - 1:30 PM	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Las aventuras de Henry	Las aventuras de Henry
1:30 - 2:00 PM	Jakers! Las aventuras de Piggley Winks	Jakers! Las aventuras de Piggley Winks	Jakers! Las aventuras de Piggley Winks	Jakers! Las aventuras de Piggley Winks	Jakers! Las aventuras de Piggley Winks	Fifi y los Floriguitos	Fifi y los Floriguitos
2:00 - 2:30 PM	Jim de la Luna	Jim de la Luna	Jim de la Luna	Jim de la Luna	Jim de la Luna	Save-Ums!	Save-Ums!
2:30 - 3:00 PM	Save-Ums!	Save-Ums!	Save-Ums!	Save-Ums!	Save-Ums!	Connie la Vaquita	Connie la Vaquita
3:00 - 3:30 PM	Pinky Dink Doo	Pinky Dink Doo	Pinky Dink Doo	Pinky Dink Doo	Pinky Dink Doo	Pinky Dink Doo	Pinky Dink Doo
3:30 - 4:00 PM	Lazy Town	Lazy Town	Lazy Town	Lazy Town	Lazy Town	Lazy Town	Lazy Town
4:00 - 4:30 PM	Backyardigans	Backyardigans	Backyardigans	Backyardigans	Backyardigans	Backyardigans	Backyardigans
4:30 - 5:00 PM	Harry y su cubeta de dinosaurios	Harry y su cubeta de dinosaurios	Harry y su cubeta de dinosaurios	Harry y su cubeta de dinosaurios	Harry y su cubeta de dinosaurios	Harry y su cubeta de dinosaurios	Harry y su cubeta de dinosaurios
5:00 - 5:30 PM	Clifford de cachorrito	Clifford de cachorrito	Clifford de cachorrito	Clifford de cachorrito	Clifford de cachorrito	Clifford de cachorrito	Clifford de cachorrito
5:30 - 6:00 PM	Pinky Dink Doo	Pinky Dink Doo	Pinky Dink Doo	Pinky Dink Doo	Pinky Dink Doo	Pinky Dink Doo	Pinky Dink Doo
6:00 - 6:30 PM	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Barney sus amigos
6:30 - 7:00 PM	Dragon Tales	Dragon Tales	Dragon Tales	Dragon Tales	Dragon Tales	Dragon Tales	Dragon Tales
7:00 - 7:30 PM	Bob el Constructor	Bob el Constructor	Bob el Constructor	Bob el Constructor	Bob el Constructor	Bob el Constructor	Bob el Constructor
7:30 - 8:00 PM	Jim de la Luna	Jim de la Luna	Jim de la Luna	Jim de la Luna	Jim de la Luna	Jim de la Luna	Jim de la Luna
8:00 - 8:30 PM	Backyardigans	Backyardigans	Backyardigans	Backyardigans	Backyardigans	Backyardigans	Backyardigans
8:30 - 9:00 PM	Backyardigans	Backyardigans	Backyardigans	Backyardigans	Backyardigans	Backyardigans	Backyardigans
9:00 - 9:30 PM	Lazy Town	Lazy Town	Lazy Town	Lazy Town	Lazy Town	Lazy Town	Lazy Town
9:30 - 10:00 PM	Lazy Town	Lazy Town	Lazy Town	Lazy Town	Lazy Town	Lazy Town	Lazy Town

10:00 - 10:30 PM	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Barney sus amigos
10:30 - 11:00 PM	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Barney sus amigos	Barney sus amigos
11:00 - 11:30 PM	Zoboomafoo	Zoboomafoo	Zoboomafoo	Zoboomafoo	Zoboomafoo	Zoboomafoo	Zoboomafoo
11:30 - 12:00 AM	Zoboomafoo	Zoboomafoo	Zoboomafoo	Zoboomafoo	Zoboomafoo	Zoboomafoo	Zoboomafoo

Anexo J. Parrila de Programación de Jetix

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
5:00 - 5:30 AM	Beyblade	Beyblade	Beyblade	Beyblade	Beyblade	Beyblade	B-Daman
5:30 - 6:00 AM	B-Daman	B-Daman	B-Daman	B-Daman	B-Daman	B-Daman	Academia de Títeres
6:00 - 6:30 AM	Power Rangers Fuerza Salvaje	Power Rangers Fuerza Salvaje	Power Rangers Fuerza Salvaje	Power Rangers Fuerza Salvaje	Power Rangers Fuerza Salvaje	Power Rangers en el Espacio	Power Rangers en el Espacio
6:30 - 7:00 AM	Power Rangers Dino Trueno	Power Rangers Dino Trueno	Power Rangers Dino Trueno	Power Rangers Dino Trueno	Power Rangers Dino Trueno	Power Ranger Lost Galaxy	Power Rangers Lost Galaxy
7:00 - 7:30 AM	Power Rangers Súper Patrulla Delta	Power Rangers Súper Patrulla Delta	Power Rangers Súper Patrulla Delta	Power Rangers Súper Patrulla Delta	Power Rangers Súper Patrulla Delta	Power Rangers Súper Patrulla Delta	Power Rangers Súper Patrulla Delta
7:30 - 8:00 AM	Power Ranger Tormenta Ninja	Power Ranger Tormenta Ninja	Power Ranger Tormenta Ninja	Power Ranger Tormenta Ninja	Power Ranger Tormenta Ninja	Dave, el Bárbaro	Dave, el Bárbaro
8:00 - 8:30 AM	Las tortugas Ninja	Las tortugas Ninja	Las tortugas Ninja	Las tortugas Ninja	Las tortugas Ninja	Galactik Football	Galactik Football
8:30 - 9:00 AM	Power Rangers Súper Patrulla Delta	Power Rangers Fuerza Salvaje	Power Rangers Fuerza Salvaje	Power Rangers Dino Trueno	Power Rangers Súper Patrulla Delta	3 espías sin límite	3 espías sin límite
9:00 - 9:30 AM						Los padrinos mágicos	El Inspector Gadget
9:30 - 10:00 AM	W.I.T.C.H.	W.I.T.C.H.	W.I.T.C.H.	W.I.T.C.H.	W.I.T.C.H.	Sábado Mágico	El inspector Gadget y el Pterodáctilo
10:00 - 10:30 AM	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos		
10:30 - 11:00 AM	Shuriken School	Shuriken School	Shuriken School	Shuriken School	Shuriken School		
11:00 - 11:30 AM	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos
11:30 - 12:00 PM							
12:00 - 12:30 PM	Power Rangers en el Espacio	Power Rangers en el Espacio	Power Rangers en el Espacio	Power Rangers en el Espacio	Power Rangers en el Espacio	Power Rangers Turbo	Power Rangers Turbo
12:30 - 1:00 PM	Power Rangers Lost Galaxy	Power Rangers Lost Galaxy	Power Rangers Lost Galaxy	Power Rangers Lost Galaxy	Power Rangers Lost Galaxy		
1:00 - 1:30 PM	Academia de Títeres	Academia de Títeres	Academia de Títeres	Academia de Títeres	Academia de Títeres	Pucca	Pucca
1:30 - 2:00 PM	Power Rangers Fuerza Salvaje	Power Rangers Fuerza Salvaje	Power Rangers Fuerza Salvaje	Power Rangers Fuerza Salvaje	Power Rangers Fuerza Salvaje		
2:00 - 2:30 PM	Power Rangers Dino Trueno	Power Rangers Dino Trueno	Power Rangers Dino Trueno	Power Rangers Dino Trueno	Power Rangers Dino Trueno	Power Rangers Fuerza Salvaje	Power Rangers Fuerza Salvaje
2:30 - 3:00 PM	Power Rangers Súper Patrulla Delta	Power Rangers Súper Patrulla Delta	Power Rangers Súper Patrulla Delta	Power Rangers Súper Patrulla Delta	Power Rangers Súper Patrulla Delta	Power Rangers Súper Patrulla Delta	Power Rangers Súper Patrulla Delta
3:00 - 3:30 PM	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos
3:30 - 4:00 PM	Pucca	Pucca	Pucca	Pucca	Pucca		
4:00 - 4:30 PM	Dave, el Bárbaro	Dave, el Bárbaro	Dave, el Bárbaro	Dave, el Bárbaro	Dave, el Bárbaro	Power Rangers Súper Patrulla Delta	Rocket Man
4:30 - 5:00 PM	Space Goofs	Space Goofs	Space Goofs	Space Goofs	Space Goofs	Space Goofs	Space Goofs
5:00 - 5:30 PM	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Pucca
5:30 - 6:00 PM							Pucca

6:00 - 6:30 PM	Power Rangers Fuerza Salvaje	Power Rangers Fuerza Salvaje	Power Rangers Fuerza Salvaje	Power Rangers Fuerza Salvaje	Power Rangers Fuerza Salvaje	Power Rangers Fuerza Salvaje	Power Rangers Fuerza Salvaje
6:30 - 7:00 PM	Power Rangers Dino Trueno	Power Rangers Dino Trueno	Power Rangers Dino Trueno	Power Rangers Dino Trueno	Power Rangers Dino Trueno	Power Rangers Dino Trueno	Power Rangers Dino Trueno
7:00 - 7:30 PM	Power Rangers Súper Patrulla Delta	Power Rangers Súper Patrulla Delta	Power Rangers Súper Patrulla Delta	Power Rangers Súper Patrulla Delta	Power Rangers Súper Patrulla Delta	Power Rangers Súper Patrulla Delta	Power Rangers Súper Patrulla Delta
7:30 - 8:00 PM	Get Ed	Get Ed	Get Ed	Get Ed	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos
8:00 - 8:30 PM	Súper Escuadrón Ciber Monos Hiperfuerza ¡Ya!	Súper Escuadrón Ciber Monos Hiperfuerza ¡Ya!	Súper Escuadrón Ciber Monos Hiperfuerza ¡Ya!	Súper Escuadrón Ciber Monos Hiperfuerza ¡Ya!			
8:30 - 9:00 PM	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos	Los padrinos mágicos			
9:00 - 9:30 PM							
9:30 - 10:00 PM	Dave, el Bárbaro	Dave, el Bárbaro	Dave, el Bárbaro	Dave, el Bárbaro	Dave, el Bárbaro	Dave, el Bárbaro	Dave, el Bárbaro
10:00 - 10:30 PM	Power Rangers en el Espacio	Power Rangers en el Espacio	Power Rangers en el Espacio	Power Rangers en el Espacio	Power Rangers en el Espacio	Power Rangers Turbo	Power Rangers Turbo
10:30 - 11:00 PM	Power Rangers Lost Galaxy	Power Rangers Lost Galaxy	Power Rangers Lost Galaxy	Power Rangers Lost Galaxy	Power Rangers Lost Galaxy		
11:00 - 11:30PM	Digimon	Digimon	Digimon	Digimon	Digimon	Power Rangers Dino Trueno	Power Rangers Dino Trueno
11:30 - 12:00 AM	Sonic X	Sonic X	Sonic X	Sonic X	Sonic X	Power Rangers Súper Patrulla Delta	Power Rangers Súper Patrulla Delta
12:00 - 12:30 AM	Code Lyoko	Code Lyoko	Code Lyoko	Code Lyoko	Code Lyoko	Beyblade	Beyblade

Anexo K. Parrila de Programación de Boomerang

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
5:00 - 5:30 AM	Garfield y sus amigos	Garfield y sus amigos	Garfield y sus amigos	Garfield y sus amigos	Garfield y sus amigos	Garfield y sus amigos	Garfield y sus amigos
5:30 - 6:00 AM	La pequeña Lulu	La pequeña Lulu	La pequeña Lulu	La pequeña Lulu	La pequeña Lulu	La pequeña Lulu	La pequeña Lulu
6:00 - 6:30 AM	Pequeños Picapiedra	Pequeños Picapiedra	Pequeños Picapiedra	Pequeños Picapiedra	Pequeños Picapiedra	Mona La Vampira	Mona La Vampira
6:30 - 7:00 AM	Mini TV - Arthur	Mini TV - Arthur	Mini TV - Arthur	Mini TV - Arthur	Mini TV - Arthur	Mini TV - Las tres Mellizas	Mini TV - Las tres Mellizas
7:00 - 7:30 AM	La película de la mañana	La película de la mañana	La película de la mañana	La película de la mañana	La película de la mañana	La película de la mañana	La película de la mañana
7:30 - 8:00 AM							
8:00 - 8:30 AM	Mini TV - Bellflower Bunnies	Mini TV - Bellflower Bunnies	Mini TV - Bellflower Bunnies	Mini TV - Bellflower Bunnies	Mini TV - Bellflower Bunnies	Mini TV - Cave Kids	Mini TV - Dragon
8:30 - 9:00 AM	Mini TV - Hello Kitty	Mini TV - Hello Kitty	Mini TV - Hello Kitty	Mini TV - Hello Kitty	Mini TV - Hello Kitty	Mini TV - Miss Spider's Sunny Patch Friends	Mini TV - Miss Spider's Sunny Patch Friends
9:00 - 9:30 AM	Mini TV - Tom el Tractor	Mini TV - Tom el Tractor	Mini TV - Tom el Tractor	Mini TV - Tom el Tractor	Mini TV - Tom el Tractor	Mini TV - Tom y Jerry Tales	Mini TV - Firehouse Tales
9:30 - 10:00 AM	Mini TV - Tom y Jerry Tales	Mini TV - Tom y Jerry Tales	Mini TV - Tom y Jerry Tales	Mini TV - Tom y Jerry Tales	Mini TV - Tom y Jerry Tales	Mini TV - Maisy	Mini TV - Maisy
10:00 - 10:30 AM	Mini TV - Firehouse Tales	Mini TV - Firehouse Tales	Mini TV - Firehouse Tales	Mini TV - Firehouse Tales	Mini TV - Firehouse Tales	Mini TV - Los pies mágicos de Franny	Mini TV - Los pies mágicos de Franny
10:30 - 11:00 AM	Mini TV - Arthur	Mini TV - Arthur	Mini TV - Arthur	Mini TV - Arthur	Mini TV - Arthur	Mini TV - La pandilla del río Canguro	Mini TV - La pandilla del río Canguro
11:00 - 11:30 AM	Maya y Miguel	Maya y Miguel	Maya y Miguel	Maya y Miguel	Maya y Miguel	Maya y Miguel	Maya y Miguel
11:30 - 12:00 PM	La pequeña Lulu	La pequeña Lulu	La pequeña Lulu	La pequeña Lulu	La pequeña Lulu	Scooby Doo	Scooby Doo
12:00 - 12:30 PM	New Woody Woodpecker	New Woody Woodpecker	New Woody Woodpecker	New Woody Woodpecker	New Woody Woodpecker	New Woody Woodpecker	Película Boomerang
12:30 - 1:00 PM	New Scooby & Scrappy Doo Show	New Scooby & Scrappy Doo Show	New Scooby & Scrappy Doo Show	New Scooby & Scrappy Doo Show	New Scooby & Scrappy Doo Show	Cornell y Bernie	
1:00 - 1:30 PM	Rincón de la Luz	Rincón de la Luz	Rincón de la Luz	Rincón de la Luz	Rincón de la Luz	Cosas de chicos y chicas	
1:30 - 2:00 PM						Locos dieciseis	
2:00 - 2:30 PM	Jackie Chan	Jackie Chan	Jackie Chan	Jackie Chan	Jackie Chan	Bratz	Mis padres son extraterrestres
2:30 - 3:00 PM	El mundo Beakman	El mundo Beakman	El mundo Beakman	El mundo Beakman	El mundo Beakman	Betty Atómica	Harry y los Hendersons
3:00 - 3:30 PM	Betty Atómica	Betty Atómica	Betty Atómica	Betty Atómica	Betty Atómica	El club Wingx	La radio libre de Roscoe
3:30 - 4:00 PM	El club Wingx	El club Wingx	El club Wingx	El club Wingx	El club Wingx	El mundo Beakman	
4:00 - 4:30 PM	Chiquititas	Chiquititas	Chiquititas	Chiquititas	Chiquititas	Harry y los Hendersons	
4:30 - 5:00 PM						Mis padres son extraterrestres	

5:00 - 5:30 PM	Mis padres son extraterrestres	Mis padres son extraterrestres	New Flipper	New Flipper	New Flipper	New Flipper	Película Boomerang
5:30 - 6:00 PM	Basil Brush	Basil Brush					
6:00 - 6:30 PM	Película Boomerang	Película Boomerang	Película Boomerang	Película Boomerang	Película Boomerang	Película Boomerang	
6:30 - 7:00 PM							
7:00 - 7:30 PM							
7:30 - 8:00 PM							Mis padres son extraterrestres
							La vida cambia
8:00 - 8:30 PM	La radio libre de Roscoe	La radio libre de Roscoe	Chiquititas	Chiquititas	Chiquititas	Never Ending Story Mini Series	La radio libre de Roscoe
8:30 - 9:00 PM	La vida cambia	La vida cambia					
9:00 - 9:30 PM	Intercambio Extranjero	Intercambio Extranjero	Intercambio Extranjero	El club del dormitorio	El club del dormitorio	Mis padres son extraterrestres	
9:30 - 10:00 PM	El club del dormitorio	El club del dormitorio	La vida cambia			Blue Water High: escuela de surf	
10:00 - 10:30 PM	Basil Brush	Basil Brush	La radio libre de Roscoe	La radio libre de Roscoe	La radio libre de Roscoe	El club del Dormitorio	
10:30 - 11:00 PM	Mis padres son extraterrestres	Mis padres son extraterrestres	Mis padres son extraterrestres	Mis padres son extraterrestres	Mis padres son extraterrestres	Basil Brush	
11:00 - 11:30 PM	Tom y Jerry	Tom y Jerry	Tom y Jerry	Tom y Jerry	Tom y Jerry	Tom y Jerry	Tom y Jerry
11:30 - 12:00 AM	Bugs Bunny y el pato Lucas	Bugs Bunny y el pato Lucas	Bugs Bunny y el pato Lucas	Bugs Bunny y el pato Lucas	Bugs Bunny y el pato Lucas	Bugs Bunny y el pato Lucas	Bugs Bunny y el pato Lucas
12:00 - 12:30 AM	Gasparín	Gasparín	Gasparín	Gasparín	Gasparín	Gasparín	Gasparín

Anexo L. Parrila de Programación de Nickelodeon

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO	
5:00 - 5:30 AM	¡Ay! Como duele crecer	¡Ay! Como duele crecer	¡Ay! Como duele crecer	¡Ay! Como duele crecer	¡Ay! Como duele crecer	Mi bella genio	Mi bella genio	
5:30 - 6:00 AM	Dos perfectos desconocidos	Dos perfectos desconocidos	Dos perfectos desconocidos	Dos perfectos desconocidos	Dos perfectos desconocidos	Los locos Addams	Los locos Addams	
6:00 - 6:30 AM	Escuela de espanto	Escuela de espanto	Escuela de espanto	Escuela de espanto	Escuela de espanto	Rocket Power	Rocket Power	
6:30 - 7:00 AM	Los Thornberrys	Los Thornberrys	Los Thornberrys	Los Thornberrys	Los Thornberrys	Zona tiza	Zona tiza	
7:00 - 7:30 AM	La ciudad mágica	La ciudad mágica	La ciudad mágica	La ciudad mágica	La ciudad mágica	La ciudad mágica	La ciudad mágica	
7:30 - 8:00 AM	Rugrats	Rugrats	Rugrats	Rugrats	Rugrats	Ginger	Ginger	
8:00 - 8:30 AM	Nick Jr Los Disfraces de Dougie Pequeño Bill Las Pistas De Blue Dora, La Exploradora Go Diego Go!.	Nick Jr Los Disfraces de Dougie Pequeño Bill Las Pistas De Blue Dora, La Exploradora Go Diego Go!.	Nick Jr Los Disfraces de Dougie Pequeño Bill Las Pistas De Blue Dora, La Exploradora Go Diego Go!.	Nick Jr Los Disfraces de Dougie Pequeño Bill Las Pistas De Blue Dora, La Exploradora Go Diego Go!.	Nick Jr Los Disfraces de Dougie Pequeño Bill Las Pistas De Blue Dora, La Exploradora Go Diego Go!.			La robot adolescente
8:30 - 9:00 AM						Trollz	Trollz	
9:00 - 9:30 AM								Bob Esponja
9:30 - 10:00 AM						Catscratch		
10:00 - 10:30 AM								
10:30 - 11:00 AM						Los equis	Los equis	
11:00 - 11:30 AM	Ginger	Ginger	Ginger	Ginger	Ginger	Skimo	Skimo	
11:30 - 12:00 PM	Rocket Power	Rocket Power	Rocket Power	Rocket Power	Rocket Power	Los padrinos mágicos	Catscratch	
12:00 - 12:30 PM	Hey, Arnold	La robot adolescente	La robot adolescente	La robot adolescente	La robot adolescente	Bob Esponja	Los equis	
12:30 - 1:00 PM	Trollz	Bob Esponja	Bob Esponja	Bob Esponja	Bob Esponja	Danny Phantom	Danny Phantom	
1:00 - 1:30 PM	Las aventuras de Jimmy Neutrón, niño genio.	Las aventuras de Jimmy Neutrón, niño genio.	Las aventuras de Jimmy Neutrón, niño genio.	Las aventuras de Jimmy Neutrón, niño genio.	Las aventuras de Jimmy Neutrón, niño genio.	Las aventuras de Jimmy Neutrón, niño genio.	Las aventuras de Jimmy Neutrón, niño genio.	
1:30 - 2:00 PM	31 minutos	31 minutos	31 minutos	31 minutos	31 minutos	Avatar	Avatar	
2:00 - 2:30 PM	Martin Mystery	Martin Mystery	Martin Mystery	Martin Mystery	Martin Mystery	Rugrats crecidos	Skyland	
2:30 - 3:00 PM	NickMax	NickMax	NickMax	NickMax	NickMax	Zoey 101	Zoey 101	
3:00 - 3:30 PM						Drake y Josh	Drake y Josh	
3:30 - 4:00 PM	Lola y Virginia	Lola y Virginia	Lola y Virginia	Lola y Virginia	Lola y Virginia	Manual de sobrevivencia escolar de Ned	Manual de sobrevivencia escolar de Ned	
4:00 - 4:30 PM	La robot adolescente	La robot adolescente	La robot adolescente	La robot adolescente	La robot adolescente			
4:30 - 5:00 PM	Rugrats crecidos	Rugrats crecidos	Rugrats crecidos	Rugrats crecidos	Rugrats crecidos	Supernatural	Supernatural	
5:00 - 5:30 PM	Kappa Mikey	Kappa Mikey	Kappa Mikey	Kappa Mikey	Kappa Mikey			
5:30 - 6:00 PM	Danny Phantom	Danny Phantom	Danny Phantom	Danny Phantom	Danny Phantom	Nickcine	Nickcine	
6:00 - 6:30 PM	Catscratch	Catscratch	Catscratch	Catscratch	Skimo			

6:30 - 7:00 PM	Los equis	Los equis	Los equis	Los equis	Los padrinos mágicos		
7:00 - 7:30 PM	Avatar	Avatar	Avatar	Avatar	Avatar		
7:30 - 8:00 PM	Bob esponja	Bob esponja	Bob esponja	Bob esponja	Skyland	Bob Esponja	Bob Esponja
8:00 - 8:30 PM	Skimo	Drake y Josh	Drake y Josh	Drake y Josh	Drake y Josh	Rugrats crecidos	Rugrats crecidos
8:30 - 9:00 PM	Los padrinos mágicos	Zoey 101	Zoey 101	Zoey 101	Zoey 101	La robot adolescente	La robot adolescente
9:00 - 9:30 PM	La robot adolescente	Yu - Gi - Oh GX	Yu - Gi - Oh GX	Yu - Gi - Oh GX	Yu - Gi - Oh GX	Danny Phantom	Danny Phantom
9:30 - 10:00 PM	Las aventuras de Jimmy Neutrón, niño genio.	Yu - Gi - Oh GX	Yu - Gi - Oh GX	Yu - Gi - Oh GX	Yu - Gi - Oh GX	31 minutos	31 minutos
10:00 - 10:30 PM	ALF	ALF	ALF	ALF	ALF	Blanco y negro	Blanco y negro
10:30 - 11:00 PM	Mork del planeta Ork	Mork del planeta Ork	Mork del planeta Ork	Mork del planeta Ork	Mork del planeta Ork	Los hechos de la vida	Los hechos de la vida
11:00 - 11:30 PM	Los locos Addams	Los locos Addams	Los locos Addams	Los locos Addams	Los locos Addams	¡Ay! Como duele crecer	¡Ay! Como duele crecer
11:30 - 12:00 AM	La familia Munster	La familia Munster	La familia Munster	La familia Munster	La familia Munster	Hechizada	Hechizada
12:00 - 12:30 AM	Hechizada	Hechizada	Hechizada	Hechizada	Hechizada	La familia Munster	La familia Munster

Anexo M. Parrila de Programación de Animal Planet

	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
5:00 - 5:30 AM	Videos divertidos de Animal Planet	El regreso del Lobo Gris	Videos Divertidos de Animal Planet	Planeta Azul	Sudamérica Salvaje	Las Osadías de Mike y Mark	Reino Animal
5:30 - 6:00 AM							
6:00 - 6:30 AM	El show de la Naturaleza	El show de la Naturaleza	El show de la Naturaleza	El show de la Naturaleza	El show de la Naturaleza	El show de la Naturaleza	Caninos Exepcionales
6:30 - 7:00 AM	Nuestras Mascotas	Nuestras Mascotas	Nuestras Mascotas	Nuestras Mascotas	Nuestras Mascotas	Todo sobre animales	
7:00 - 7:30 AM	Vida de Monos	Vida de Monos	Vida de Monos	Vida de Monos	Vida de Monos	El show de la Naturaleza	Jeff Corwin en Acción
7:30 - 8:00 AM	Caninos de 9 a 5	Caninos de 9 a 5	Caninos de 9 a 5	Caninos de 9 a 6	Caninos de 9 a 7	Locuras Animales	
8:00 - 8:30 AM							
8:30 - 9:00 AM							
9:00 - 9:30 AM							
9:30 - 10:00 AM							
10:00 - 10:30 AM	El show de la Naturaleza	El show de la Naturaleza	El show de la Naturaleza	El show de la Naturaleza	El show de la Naturaleza	Todo sobre animales	Osos en Acción
10:30 - 11:00 AM	Animales Asombrosos	Animales Asombrosos	Animales Asombrosos	Animales Asombrosos	Animales Asombrosos	Jeff Corwin en Acción	
11:00 - 11:30 AM	Vida de Monos	Vida de Monos	Vida de Monos	Vida de Monos	Vida de Monos	Amigo Zoo	Kandula: Nacido en Cautiverio
11:30 - 12:00 PM	Caninos de 9 a 5	Caninos de 9 a 5	Caninos de 9 a 5	Caninos de 9 a 6	Caninos de 9 a 7		
12:00 - 12:30 PM	Locuras Animales	Locuras Animales	Locuras Animales	Locuras Animales	Locuras Animales	Infancia Salvaje	Caninos Exepcionales
12:30 - 1:00 PM	Reino Animal	Reino Animal	Reino Animal	Reino Animal	Reino Animal		
1:00 - 1:30 PM	Animal Planet al Extremo	Animal Planet al Extremo	Animal Planet al Extremo	Animal Planet al Extremo	Animal Planet al Extremo	Animales Milagrosos	El mundo Natural
1:30 - 2:00 PM							
2:00 - 2:30 PM	Videos Divertidos de Animal Planet	El Reino del Suricato	Videos Divertidos de Animal Planet	Planeta Azul	Sudamérica Salvaje	Videos divertidos de Animal Planet	El regreso del Lobo Gris
2:30 - 3:00 PM		Noticias Animal Planet					
3:00 - 3:30 PM	Animales Famosos	El regreso del Lobo Gris	Animales Famosos	La escena del crimen	Osos en Acción	Caninos Exepcionales	Perfiles de la Naturaleza
3:30 - 4:00 PM							
4:00 - 4:30 PM	Animal Planet en el Cine	La vida en el Polo Sur	Animal Planet en el Cine	Perfiles de la Naturaleza	Mascotas: el sexto sentido	Mundo Natural	La escena del crimen
4:30 - 5:00 PM		Isla Safari			Naturaleza insólita		
5:00 - 5:30 PM	Hospital de Animales	Hospital de Animales	Hospital de Animales	Hospital de Animales	Hospital de Animales	Las osadías de Mike y Mark	Animal Planet al Extremo
5:30 - 6:00 PM	De Casta le viene al Perro	De Casta le viene al Perro	De Casta le viene al Perro	De Casta le viene al Perro	De Casta le viene al Perro		
6:00 - 6:30 PM	Vida de Monos	Vida de Monos	Vida de Monos	Vida de Monos	Vida de Monos	La escena del crimen	Videos divertidos de Animal Planet
6:30 - 7:00 PM	Reino Animal	Reino Animal	Reino Animal	Reino Animal	Reino Animal		
7:00 - 7:30 PM	Emergencias Veterinarias	Animales en escena	Emergencias Veterinarias	Mamíferos	Animales al límite	El regreso del Lobo Gris	Animales Famosos
7:30 - 8:00 PM	Práctica Veterinaria	Animal Planet en el Cine	Práctica Veterinaria		Bruce George, temerario		
8:00 - 8:30 PM	Animal Planet al Extremo	Animal Planet al Extremo	Animal Planet al Extremo	Animal Planet al Extremo	Animal Planet al Extremo	Planeta Azul	Animal Planet en el Cine
8:30 - 9:00 PM							
9:00 - 9:30 PM	Planeta Azul	Videos Divertidos de Animal Planet	Planeta Azul	Sudamérica Salvaje	Las Osadías de Mike y Mark	Groserías Salvajes	Sudamérica Salvaje
9:30 - 10:00 PM							
10:00 - 10:30 PM	Dragones de Hoy	Animales Famosos	La escena del crimen	Osos en Acción	Infancia Salvaje	Osos en Acción	El Reino del Suricato
10:30 - 11:00 PM							Crias Salvajes
11:00 - 11:30 PM	Cara a Cara con el Oso Polar	Animal Planet en el Cine	Especiales de David Attenborough	Rivales del Río	Entre Ballenas Asesinas	Animal Planet al Extremo	Retorno a Gombe, Jane Goodall
11:30 - 12:00 AM							

Anexo N. Parrila de Programación de canal RCN

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
5:30 - 5:45 AM	Cura para el alma del Padre Chucho	Cura para el alma del Padre Chucho	Cura para el alma del Padre Chucho	Cura para el alma del Padre Chucho	Cura para el alma del Padre Chucho
5:45 - 7:00 AM	Muy buenos días	Muy buenos días	Muy buenos días	Muy buenos días	Muy buenos días
7:00 - 8:25 AM	Noticias RCN	Noticias RCN	Noticias RCN	Noticias RCN	Noticias RCN
8:25 - 12:30 PM	Muy buenos días	Muy buenos días	Muy buenos días	Muy buenos días	Muy buenos días
12:30 - 2:30 PM	Noticias RCN	Noticias RCN	Noticias RCN	Noticias RCN	Noticias RCN
2:30 - 2:35 PM	Estilo RCN	Estilo RCN	Estilo RCN	Estilo RCN	Estilo RCN
2:35 - 4:40 PM	Heridas de Amor	Heridas de Amor	Heridas de Amor	Heridas de Amor	Heridas de Amor
4:40 - 5:55 PM	Duelo de pasiones	Duelo de pasiones	Duelo de pasiones	Duelo de pasiones	Duelo de pasiones
5:55 - 7:00 PM	Floricienta	Floricienta	Floricienta	Floricienta	Floricienta
7:00 - 7:50 PM	Noticias RCN	Noticias RCN	Noticias RCN	Noticias RCN	Noticias RCN
7:50 - 8:35 PM	El Factor X	El Factor X	El Factor X	El Factor X	El Factor X
8:35 - 9:20 PM	La hija del mariachi	La hija del mariachi	La hija del mariachi	La hija del mariachi	La hija del mariachi
9:20 - 9:55 PM	Hasta que la plata nos separe	Hasta que la plata nos separe	Hasta que la plata nos separe	Hasta que la plata nos separe	Hasta que la plata nos separe
9:55 - 10:40 PM	Merlina mujer divina	Merlina mujer divina	Merlina mujer divina	Merlina mujer divina	Merlina mujer divina
10:40 - 11:15 PM	Así es la vida	Así es la vida	Así es la vida	Así es la vida	Así es la vida
11:15 - 11:50 PM	Noticias RCN	Noticias RCN	Noticias RCN	Noticias RCN	Noticias RCN
11:50 - 12:30 AM	La noche	La noche	La noche	La noche	La noche

	SÁBADO
5:30 - 10:30 AM	Bichos 2006
10:30 - 11:15 AM	La fea más bella
11:15 - 12:30 PM	Código postal
12:30 - 1:30 PM	Noticias RCN
1:30 - 2:55 PM	El Lavadero
2:55 - 3:50 PM	Los cuentos de Diva
3:50 - 4:20 PM	Nuestro Cine
4:20 - 7:00 PM	Caleroscopio
7:00 - 7:20 PM	Noticias RCN
7:20 - 9:30 PM	Copa Mustang II
9:30 - 11:20 PM	Nuestro Cine
11:20 - 12:40 AM	El mundo según Pirry

	DOMINGO
5:20 - 6:30 AM	Chapulín Colorado
6:30 - 8:30 AM	La Santa Misa
8:30 - 12:00 PM	Bichos 2006
12:00 - 12:30 PM	Bichos 2006: el chavo animado
12:30 - 2:30 PM	Noticias RCN
2:30 - 5:30 PM	Futbolmania
5:30 - 7:00 PM	Cinema RCN
7:00 - 7:50 PM	Noticias RCN
7:50 - 8:30 PM	Cinema RCN
8:30 - 11:15 PM	Especial RCN
11:15 - 12:30 AM	CSI
12:30 - 1:30 AM	Fuera de Lugar

Anexo O. Parrila de Programación de canal Caracol

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
4:15 - 5:00 AM	La finca de hoy	La finca de hoy	La finca de hoy	La finca de hoy	La finca de hoy
5:00 - 5:15 AM	Nutrizza	Nutrizza	Nutrizza	Nutrizza	Nutrizza
5:15 - 5:30 AM	También caerás	También caerás	También caerás	También caerás	También caerás
5:30 - 7:00 AM	Día a Día	Día a Día	Día a Día	Día a Día	Día a Día
7:00 - 7:45 AM	Noticias	Noticias	Noticias	Noticias	Noticias
7:45 - 10:15 AM	Día a Día	Día a Día	Día a Día	Día a Día	Día a Día
10:15 - 11:30 AM	Los Simpsons	Los Simpsons	Los Simpsons	Los Simpsons	Los Simpsons
11:30 - 12:30 PM	Soñar no cuesta nada	Soñar no cuesta nada	Soñar no cuesta nada	Soñar no cuesta nada	Soñar no cuesta nada
12:30 - 2:00 PM	Noticias	Noticias	Noticias	Noticias	Noticias
2:00 - 3:15 PM	Padres e Hijos	Padres e Hijos	Padres e Hijos	Padres e Hijos	Padres e Hijos
3:15 - 4:00 PM	Amores Cruzados	Amores Cruzados	Amores Cruzados	Amores Cruzados	Amores Cruzados
4:00 - 4:45 PM	La Viuda de Blanco	La Viuda de Blanco	La Viuda de Blanco	La Viuda de Blanco	La Viuda de Blanco
4:45 - 5:15 PM	Amores de Mercado	Amores de Mercado	Amores de Mercado	Amores de Mercado	Amores de Mercado
5:15 - 6:15 PM	Tu voz Estéreo	Tu voz Estéreo	Tu voz Estéreo	Tu voz Estéreo	Tu voz Estéreo
6:15 - 7:00 PM	Decisiones	Decisiones	Decisiones	Decisiones	Decisiones
7:00 - 8:00 PM	Noticias	Noticias	Noticias	Noticias	Noticias
8:00 - 8:30 PM	Diva	Diva	Diva	Diva	Diva
8:30 - 9:50 PM	Premio gordo	Premio gordo	Premio gordo	Premio gordo	Premio gordo
9:50 - 10:40 PM	Decisiones	Decisiones	Decisiones	Decisiones	Decisiones
10:40 - 11:10 PM	La Ex	La Ex	La Ex	La Ex	La Ex
11:10 - 11:30 PM	Buscando el Cielo	Buscando el Cielo	Buscando el Cielo	Buscando el Cielo	Buscando el Cielo
11:30 - 11:50 AM	La tormenta	La tormenta	La tormenta	La tormenta	La tormenta
11:50 - 12:20 AM	Noticias	Noticias	Noticias	Noticias	Noticias

	SÁBADO	DOMINGO
4:00 - 5:00 AM	También caerás	También caerás
5:00 - 6:00 AM	La finca de hoy	La finca de hoy
6:00 - 6:30 AM	Heidy	Sabrina 2
6:30 - 7:00 AM	Merrie Melodies	Merrie Melodies
7:00 - 7:30 AM	Correcaminos	Correcaminos
7:30 - 8:00 AM	Mucho Animal	Mucho Animal
8:00 - 8:30 AM	Transformers	Transformers
8:30 - 9:00 AM	Historietas	Historietas
9:00 - 9:30 AM	Loonatics	Loonatics
9:30 - 10:00 AM	Batman	Batman
10:00 - 10:30 AM	Aventura Panaca	Aventura Panaca
10:30 - 12:30 AM	Smallville	Smallville
12:30 - 1:00 PM	Noticias	Noticias

1:00 - 1:30 PM		Smallville
1:30 - 2:00 PM	Los Simpsons	
2:00 - 2:45 PM		
2:45 - 3:45 PM	Futurama	Pura Diversión (película)
3:45 - 4:00 PM	Los Simpsons	
4:00 - 5:00 PM		
5:00 - 5:30 PM	También caerás	Acción Pura (película)
5:30 - 6:00 PM		
6:00 - 6:30 PM		
6:30 - 7:00 PM		
7:00 - 7:30 PM	Noticias	Noticias
7:30 - 8:00 PM	¿Quién Quiere ser millonario?	Premier Caracol (película)
8:00 - 8:30 PM	Sábados felices	
8:30 - 9:00 PM		
9:00 - 9:30 PM		
9:30 - 10:40 PM		Préstame tu pareja
10:40 - 11:10 PM	Quién manada a quién	Mesa de noche
11:10 - 1:10 AM	Emoción Pura (película)	También caerás